

UNIVERSIDAD DE ALICANTE
MASTER ARQUITECTURA Y
URBANISMO SOSTENIBLES
TRABAJO FINAL DE MASTER
JULIO 2012

ESPACIO·TURÍSTICO

LA MANGA Y EL MAR MENOR

SARA RODRÍGUEZ COSMEN

TUTOR:••••PABLO·MARTÍ·CIRIQUIÁN

UNIVERSIDAD DE ALICANTE
MASTER ARQUITECTURA Y
URBANISMO SOSTENIBLES
TRABAJO FINAL DE MASTER
JULIO 2012

E S P A C I O · T U R Í S T I C O

LA MANGA Y EL MAR MENOR

AUTORA: SARARODRÍGUEZ COSMEN

TUTOR: PABLO MARTÍ CIRIQUIÁN

A MI PADRE

INDICE

página

1	PLANTEAMIENTO	9
2	JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA	10
3	ANTECEDENTES	11
4	OBJETIVOS	12
5	METODOLOGÍA	12
6	PROCESO TURÍSTICO	13
7	LA TRIALÉCTICA DEL ESPACIO TURÍSTICO	16
8	ESPACIO 1 PERCIBIDO	19
	8.1 DIMENSIÓN TERRITORIAL	19
	8.2 PAISAJE TURÍSTICO	20
9	ESPACIO 2 IMAGINADO	21
	9.1 IMAGEN, SIMBOLISMO, SIGNIFICACIÓN E IDENTIDAD	21
	9.2 MAPAS MENTALES	24
	9.3 UTOPIÁS URBANAS	25
10	ESPACIO 3 VIVIDO	26
	10.1 DIVERSIFICACIÓN DE FUNCIONES TURÍSTICAS	26
11	CARTOGRAFÍA	27
12	ENSAYO CARTOGRAFIAS MAR MENOR	29
	12.1 RECURSOS	30
	12.2 SERVICIOS	36
	12.3 INFRAESTRUCTURAS	46
	12.4 SOCIEDAD	48
	12.5 TURISTA	52
	12.6 PRODUCTOS	58
	12.7 ESPACIO TURÍSTICO	62
13	RESULTADO ESPACIO TURÍSTICO	68
14	DISCUSIONES y CONCLUSIÓN	70
15	FUNTES BIBLIOGRÁFICAS	73

1.....PLANTEAMIENTO

El fenómeno del turismo representa uno de los primeros agentes de transformación del territorio en nuestro país. Sin embargo, paradójicamente, ha sido considerado hasta épocas recientes un fenómeno menor, despreciado y aún ignorado por la cultura oficial. Ha sido asociado, a menudo, con los procesos de mercantilización del territorio, con el aprovechamiento inmediato de su plusvalía y de dinámicas demasiado espontáneas de colonización. Consecuentemente el espacio turístico carece, prácticamente, de análisis y exploraciones prospectivas sobre las condiciones, valores y activos que implica.

A pesar de esta tendencia en los últimos años se ha generado la necesidad de dar una respuesta al modo de renovación de los lugares turísticos maduros asociados a la masividad y estandarización, la necesidad de aportar modelos a los espacios desarrollados por los nuevos productos turísticos adaptados a los distintos patrones y una necesidad de planificación global y multisectorial. Todos estos requerimientos reclaman teorías e instrumentos que traten desde el planeamiento, el urbanismo y la arquitectura los efectos específicos del desarrollo turístico sobre la estructura física y el espacio.

Por todo ello se plantea, dentro de este escaso marco disciplinar, el estudio de la especificidad del espacio turístico, como primer paso básico para

poder aprehender su complejidad y diferenciación respecto a los territorios de la ciudad convencional y con el fin de facilitar la decodificación, análisis, valoración, diagnóstico, y proyección de los modelos turísticos.

Este trabajo indaga en la comprensión de los procesos turísticos y trata de superar una obsoleta y reduccionista visión del entorno urbano que lee y representa el territorio como mera superposición de elementos o realidades construidas.

Así que se estudia la producción del espacio turístico como expresión combinada del espacio percibido, del espacio concebido y del espacio vivido. Para todo ello se descompone analíticamente los elementos del proceso que producen el espacio turístico apoyándose en el conocimiento acumulado sobre el hecho turístico por otras ciencias como la geografía, la sociología, la economía, y se ensaya en el paradigmático territorio turístico de la Manga y el Mar Menor.

Por último se quiere señalar que el presente estudio se aleja del debate sobre los valores lucrativos del turismo. Para afianzar la postura se parafrasea a Venturi, Brown e Izenour en su libro "Aprendiendo de las Vegas " (Venturi 1977) donde defienden su postura analítica de Las Vegas como fenómeno de comunicación arquitectónica argumentando que el análisis de la estructura de una catedral gótica no tiene porque incluir un debate sobre la

2.....JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

ética de la religión medieval.

La importancia global de la actividad turística se evidencia desde el punto de vista económico por ser una de las industrias más grandes del mundo y desde la perspectiva social se refleja en el porcentaje de la población mundial que emprendió un viaje turístico en el año 2000: el 12% (Blasco 2006)).

El turismo es el cliché más recurrente en nuestro país, previsible por su frecuente enfoque limitado y significativo debido a su ilimitada importancia. España es el segundo país del mundo por el número de turistas y por el beneficio del sector, ya que genera alrededor del 10% del porcentaje del PIB. En los últimos 15 años ha vivido el proceso de urbanización más acelerado de su historia. Su costa mediterránea hoy concentra el 44% de la población y el 42% del PIB. Sólo en la provincias costeras del mediterráneo están concentradas 17 millones de habitantes, una cifra que, según el Instituto Nacional de Estadísticas, tendrá a 21 millones en 2020; ese año, en el mismo territorio, prevé la llegada de 18 millones de turistas.

A pesar de toda esta trascendencia nuestro entorno carece de políticas que aborden la gestión turística en conjunto: territorial, social y económicamente. Como apunta Clavé (2007) la gestión pública no garantiza un buen turismo, pero la no gestión pública asegura un mal turismo.

La actividad en España fue impulsada a partir de la segunda mitad de siglo pasado por políticas desarrollistas carentes de planificación, de ordenación urbanística y de servicios públicos (Armen-gol 1992) que impulsaron la consolidación, en un período muy corto de tiempo, de importantes destinos turísticos. Son modelos y experiencias con fuertes deficiencias, con impactos, conflictos y errores que necesitan una reorientación cualitativa y una reinversión y, sobre todo, un nuevo tipo de investigación específica de la actividad y sus implicaciones medio ambientales y en la planificación urbana.

3 ANTECEDENTES

El presente estudio fue motivado y alimentado por las cartografías del espacio turístico de la Costa del Sol realizadas por un grupo de investigación de la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Málaga dirigidas por el arquitecto Ricard Piè Ninot y publicadas digitalmente en "Turismo Líquido" (Piè 2009). Éstas fueron presentadas como los primeros ensayos para la elaboración de un futuro Atlas de la Costa del Sol Occidental.

Se ensayaban dos tipos de cartografías turísticas: las espacio-tiempo (estudios de percepción de las principales arterias de comunicación) y el segundo tipo las cartografías del sol y agua. Se comprobaba la validez y se iban definiendo metodologías propias para cada uno de los mapas, integrando nuevos parámetros de la realidad que no se habían tenido en cuenta hasta el momento: la temporalidad, la percepción, el recorrido, la legibilidad del espacio, el territorio como producto de consumo, las estructuras derivadas del espacio imaginado y publicitado, etc. Es una cartografía experimental que ensaya nuevos métodos para representar una la realidad compleja y en constante transformación.

La presente investigación parte de los resultados de la experimentación cartográfica de los aspectos parciales, discrecionales y locales de la Costa del Sol, sin embargo aquí se pretende utilizar en una caracterización del espacio turístico diferente:

ordenada, significativa y relacional con objeto de poder ser reproducible.

Cabe señalar que el orden de la caracterización de espacio turístico que se ensaya nace la triple expresión del espacio urbano que el neoyorkino Edward Soja , urbanista y geógrafo político postmoderno, expone en su obra Postmetrópolis (Soja 2008): donde expone los tres modos distintos, si bien interrelacionados entre sí, que la producción del espacio urbano puede ser estudiada: espacio percibido; el imaginario urbano y la espacialidad dinámica o espacio enteramente vivido. La triple combinación logra presentar tanto aspectos formales o morfológicos como procesuales o dinámicos de la especificidad espacial del urbanismo.

Si bien la triple clasificación descrita por Soja fue creada como defensa de que lo social es siempre, y al mismo tiempo, intrínsecamente espacial, este estudio la considera particularmente adecuada para ser aplicada en el territorio turístico. Su monocultivo funcional preponderante facilita el estudio del espacio vivido, es el espacio de los procesos y las transformaciones sociales y económicas que, aunque en constante proceso de cambio, son acotables o limitadas en número si lo comparamos con la compleja red de procesos de la ciudad convencional. Además el espacio concebido adquiere un claro protagonismo

4OBJETIVOS

en el proceso turístico donde la componente imaginaria, cultural y psicológica es parte integral del producción y consumo del espacio turístico.

- Definir una metodología específicamente para el estudio del espacio turístico.
- Ensayar la metodología en un territorio muestra.

Como objetivos secundarios derivados de la búsqueda metodológica se pretende indagar en el conocimiento de los procesos y mecanismos de construcción del espacio turístico; para comprender y poner valor su complejidad para planificar y ordenar.

espacio percibido-espacio concebido- espacio vivido.

Finalmente en una muestra del territorio se ensaya la validez de las cartografía de la percepción, los mapas mentales y las cartografía de la experiencia turística, a partir de la análisis desde los componente del proceso turístico del territorio muestra: la Manga del Mar Menor.

5METODOLOGÍA

Se realiza primero una búsqueda bibliográfica sobre la producción turística del espacio, para poder comprender y diferenciar los elementos que lo condicionan y lo conforman, incluso para poder decidir qué elementos lo pueden cartografiar. En definitiva se estudia el espacio desde el propio turismo, ya que es el proceso que lo gesta y lo diferencia respecto a otro tipo de espacios urbanos.

Se evalúa la relación de la cada uno de los parámetros anteriores en relación a la tríada espacial:

6.....PROCESO TURÍSTICO

Se inicia con un análisis del proceso de la actividad turística para discernir los componentes y las relaciones que se establecen y entender lo particular de la gestión del fenómeno turístico, al final del transcurso se encontrará el espacio específicamente turístico

Un espacio no es ontológicamente turístico, sino que lo es en tanto constituye un objeto de interés turístico. No todos los lugares son turísticos, aunque todos pueden llegar a serlo. Han existido espacios proyectados con vocación turística y se han convertido en barrios residenciales de la ciudad al igual que espacios urbanos históricos sin mayor vocación han devendido turísticos. Por lo tanto, el espacio turístico es aquel que hace referencia a los procesos por los que se transforman unos entornos territoriales con la finalidad fundamental de producir, vender y consumir servicios y bienes que producen placer a sus visitantes, ya sean turistas, excursionistas o residentes temporales.

Cualquier destino turístico es un sistema territorial que cuenta con unos componentes primarios que configuran su atractivo, los recursos, y unos secundarios que facilitan su consumo, los servicios; ambos otorgan al destino singularidad material. Las características específicas de recursos y servicios están condicionados por factores como la legislación vigente y la tecnología disponible en el lugar donde se localizan.

Los recursos primarios pueden ser naturales o artificiales, tangibles o intangibles, de la naturaleza, de la historia, de la cultura viva...Su capacidad de atracción la puede ejercer de forma individual o colectiva.

Los servicios complementarios son bienes y servicios que han sido diseñados, fabricados y comercializados con una intención turística. Son los establecimientos para el alojamiento, para el entretenimiento, el deporte, el comercio, etc.

La interacción de los agentes (propietarios del suelo, promotores urbanos, empresarios turísticos, consumidores directos e intermediarios y la Administración) convierten los recursos junto con los servicios en atractivos turísticos mediante la inversión de capital. El posicionamiento en tanto que destino viene dado por su estrategia de promoción y comercialización, por su accesibilidad física y perceptual y por las expectativas que los turistas depositan sobre él (Clavé 2007).

La percepción del turista, cargada de su propia cultura y arraigada en otro territorio, es el factor que valida los recursos para la práctica turística. Esta validación no proviene de la observación científica sino de la observación simbólica. Es el elemento que define la práctica turística y que dota de tal condición al espacio turístico.

Los espacios turísticos son simbólicamente extraordinarios para sus usuarios pero, además, económicamente operativos para sus productores, condición necesaria para definir un espacio como tal, debiendo hacerse efectivo su aprovechamiento (Vera 2011).

La diferencia radical respecto a otros sistemas productivos es que como industria de servicios que es la demanda se desplaza al lugar donde se halle el recurso de atracción. El espacio contiene en sus formas y en sus contenidos tanto los ingredientes para la producción turística como para el consumo.

Los espacios turísticos son originados por procesos que incluyen la movilidad de gente, de capital, de bienes, de signos e información; por ellos están sometidos a dinámicas de transformación en función de la evolución de la imagen, del capital y de las prácticas que se establecen a través de las redes de agentes humanos que intervienen.

El mercado emisor, la demanda, está compuesto por viajeros que con diversas motivaciones deciden visitar otros lugares, destinos turísticos, para disfrutar de unos productos y servicios determinados. Este destino es un espacio geográfico que conjuga una oferta para satisfacer las necesidades, motivaciones, de los turistas.

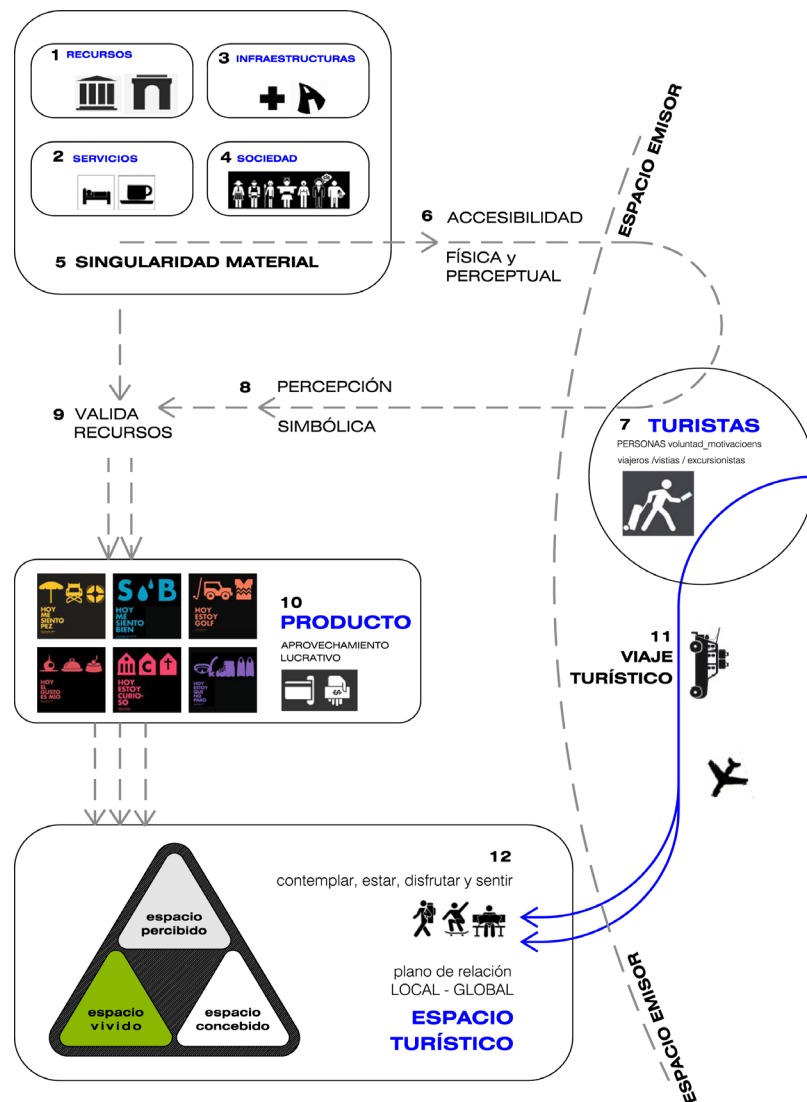
Toda persona es un visitante potencial (Blasco 2001), para que se convierta en acto deben cumplirse dos condiciones: voluntad y posibilidad. La posibilidad es exógena a la persona, se refiere a la disponibilidad de tiempo, dinero o medios de transporte. Sólo el 12 % de la población mundial del año 2000 emprendieron viajes turísticos,

ya que el 20% de la población mundial asume el 86% de los bienes y servicios del planeta. La voluntad, en cambio, es una condición anímica que se entronca con los perfiles psicológicos, por ello se habla de motivaciones, de satisfacciones de necesidades.

Las ciencias sociales han teorizado sobre la necesidad de viajar e incluso se han desarrollado modelos que explican el comportamiento de los turistas en función de su carácter. Pero la satisfacción de una necesidad no es el único factor que incide en el proceso de decisión del viaje, sino que hay más condicionantes como la personalidad, el aprendizaje, la cultura, la nacionalidad, la religión, la raza, la clase social, herencias familiares y la publicidad.

El movimiento o viaje turístico es impulsado por varias motivaciones primarias y secundarias, aunque siempre una tenga preponderancia sobre las demás. Las primarias llevan a realizar un tipo de viaje (sol y playa, naturaleza y paisaje, cultura, aventura, deporte, tranquilidad, relax o diversión) y las secundarias definen el destino concreto (el precio, los equipamientos turísticos, la afinidad cultural, la accesibilidad, la moda).

La introducción de Internet en el mundo del turismo como acelerador y optimizador de la búsqueda de oferta, la aparición y el aumento de la oferta



de aerolíneas de bajo costo, el cambio de la jornada laboral y de la estructura familiar y la nueva organización del tiempo están redefiniendo el mundo de las empresas de turismo. Hoy los turistas tienen una edad más baja, realizan un número más alto de desplazamientos con estancias cortas (de 3 a 5 días) son consumidores de servicios más activos y desean diferenciación (Gausa 2007).

Al final del proceso turístico oferta y demanda se encuentran en el espacio turístico, expresión morfológica entre naturaleza y sociedad. Presencia de elementos extraños en ámbitos de acogida ajenos; visitantes, masas en tránsito y equipamientos desplazados, dispuestos sobre un espacio natural anfitrión (Gausa 1996). Es, de manera más abstracta, un plano de relación entre lo local y lo global, fruto de la movilidad y el contacto entre personas a raíz de la producción y consumo turístico.

FIGURA 1 ANATOMÍA DEL ESPACIO TURÍSTICO
Fuente: elaboración propia

7.....TRIALÉCTICA DEL ESPACIO TURÍSTICO

Este apartado describe la trialéctica espacio percibido-espacio concebido-espacio vivido adoptada para caracterizar el espacio turístico así como justifica su adecuación.

Se ha considerado el espacio, tradicionalmente, como un absoluto, como algo que existe en sí al margen tanto de sus contenidos como de su percepción. Esta concepción proviene del pensamiento clásico griego y ha imbuido el conocimiento y la ciencia moderna. Se trata de un espacio geométrico sobre el cual se ha establecido un sistema de coordenadas que posibilita la ubicación de distintos puntos y la distancia entre ellos: el espacio contenedor es el ámbito donde las cosas están y, por lo tanto, permite captarlas y realizar distintas operaciones intelectuales relativas a ellas (describirlas, compararlas, representarlas); hacer esto ha sido entendido como el estudio del espacio.

Para la modernidad el espacio era lo muerto, lo inmóvil, mientras que el tiempo significaba riqueza y vida. La obsesión del siglo XIX, decía Foucault¹, era la historia y sus ciclos de desarrollo y estancamiento; pero añadía que el presente tal vez fuera la época del espacio, de la simultaneidad, caracterizada por la yuxtaposición de lo lejano y lo cercano, de lo disperso, centrada en una red que conecta puntos a la medida de las necesidades más que en el desarrollo de la vida a lo largo del tiempo. (Guzmán 2007).

¹Michel Foucault (1926-1984) historiador de las ideas, teórico social y filósofo francés, conocido por sus estudios críticos de las instituciones sociales, asociado al estructuralismo, rechazó las etiquetas de postestructuralista y postmoderno, pensamiento crítico histórico de la modernidad con raíces en Kant.

Edward Soja² sostiene que los estudios del conocimiento modernos siguen dando privilegios al tiempo y la historia por encima del espacio y la geografía, dejando de lado el análisis de las relaciones sociales en el espacio. Las transformaciones sociales postmodernas (globalización, nuevas tecnologías y la nueva economía) incluyen un reordenamiento del espacio pues la velocidad y la accesibilidad triunfan sobre la distancia. Propone una interpretación más sensitiva, una reorganización de espacio, del tiempo y del ser social, que deje de entender el espacio como fijo, muerto, como poco más que un decorado para los procesos sociales e históricos dinámicos. Esta teoría intenta superar el pensamiento dialéctico (espacial-social, espacio-tiempo) a través de la incorporación de una tercera dimensión: el espacio, entendido como un producto de la sociedad y que, por lo tanto, tiene historia y está en constante cambio (Soja 2008).

Tanto Lefebvre³ en «La Production de L'espace» (1991) como Soja más tarde en «The third space» (1996) presentan un discurso en el que el espacio

²William Edward Soja (1940, New York, EE.UU) geógrafo urbanista de política posmoderna en la facultad de UCLA, donde es Profesor Distinguido de Urbanismo y en la London School of Economics.

³Henri Lefebvre (1901-1991) fue un filósofo marxista francés, además de intelectual, sociólogo y crítico literario.

urbano es una expresión combinada de tres modos distintos de estudio, si bien interrelacionados entre sí que permite superar las tradiciones dialécticas:

- **PRIMER ESPACIO** Es el espacio urbano percibido física y empíricamente como forma y proceso. Plausible de ser medido, cuantificado y cartografiado o trazado objetivo y concretamente. Enfoque esencialmente materialista. El científico que cuantifica el espacio trabaja con este espacio euclidiano.
- **SEGUNDO ESPACIO.** Campo más mental o ideal conceptualizado en imágenes, pensamientos reflexivos y representaciones simbólicas. Un espacio concebido por el imaginario urbano. Ejemplos serían los mapas mentales o la proyección de utopías urbanas. La figura creativa que proyecta el espacio urbano trabaja con él.
- **TERCER ESPACIO:** especialmente es un espacio que desconstruye la dualidad entre el primer y segundo espacio: entre lo empírico y lo simbólico. Para Lefebvre es un espacio social alternativo no institucional. Para Soja es un espacio vivido, un lugar simultáneamente real e imaginario, actual y virtual, lugar de experiencias y agencias estructuradas, individuales y colectivas. Intento de describir y entender

un tiempo vivido de las colectividades o las sociedades humanas. Lo mejor que podemos hacer es investigar selectivamente, de modo sutil posible, la infinita complejidad de la vida a través de sus dimensiones espaciales, sociales e históricas intrínsecas, y de su espacialidad, sociabilidad e historicidad interrelacionadas. (Soja 2008).

Plantea Soja que comprender la realidad en forma compleja es pensar dialécticamente: estar en el mundo, comprenderlo e interpretarlo. Por eso ninguno de los tres espacios pueden comprenderse aisladamente, si bien pueden estudiarse en forma separada (Guzmán 2007).

La novedad aportada por estos estudios post-modernos es la importancia que se le da al espacio como un modo de repensar la relación historia-sociedad. De lo que se trata, entonces, no es focalizarse en espacios diferentes sino en diferentes modos de pensar, romper las rigideces disciplinarias, en particular en Geografía, Arquitectura, Planeamiento Urbano y Sociología Urbana (Soja 2008)

Al indagar en el espacio turístico se pone atención en esta trilogía porque se considera que la combinación logra presentar tanto aspectos morfológicos como procesuales o dinámicos, superando la obsoleta y reduccionista visión que lee y rep-

resenta el territorio como mera superposición de elementos o realidades construidas; en el sentido de que el espacio turístico se constituye no solamente en aquel espacio construido por la sociedad, sino también en un espacio que está cargado de símbolos generadores de un discurso que los turistas están capacitados de captar.

Sin embargo los modos de estudiar el espacio turístico pretenden distanciarse del énfasis social que Soja y Lefebvre plantean para la ciudad convencional postmoderna aunque el espacio turístico sea un ejemplo extremo de ésta. En este ensayo se pretende centrar en el turista y en el modo que vive su experiencia, recordando las palabras en el Simposio Internacional de Turismo 2007 de Arnaldo Muñoz, director general de Easyjet para el sur Europa, que reclamaba al hablar de turismo la necesaria y carente atención a este colectivo.

Por lo que se decide ensayar la comprensión de la realidad turística con la siguiente propuesta trialéctica:

1. ESPACIO PERCIBIDO (MARCO FÍSICO)

espacio físico o material, cuantificable e interpretable. Es el medio de la actividad turística. Los objetos son fácilmente cartografiables por medio de representaciones cartesianas, mientras que los otros dos espacios no necesariamente lo son.

2. ESPACIO CONCEBIDO(MARCO IMAGINARIO)

incluye todos aquellos imaginarios que se tienen del lugar turístico, relacionados con la cultura y la sociedad por medio de símbolos, hitos y otros elementos que no son percibidos materialmente, pero que sí cobran significados. Es un espacio subjetivo del turista.

3. ESPACIO VIVIDO (MARCO DE EXPERIENCIAS)

que se refiere a las experiencias, que representa la manera como se vive el destino turístico, es individual; se expresa en términos de vivencia y no solo de producción.

Las cartografías de la percepción, los mapas mentales y la cartografía de la experiencia turística se pueden encargar de estudiar los significados y las representaciones discursivas del espacio turístico; para obtener un conocimiento útil y práctico, un conocimiento que podamos utilizar no sólo para comprender el espacio turístico sino también para mejorarlo.

8.....ESPACIO 1 PERCIBIDO MARCO FÍSICO

8.1.....Dimensión Territorial

El turismo es una industria que produce riqueza apoyándose en el territorio a través de la explotación de tres conceptos: paisaje, clima y cultura, produciendo lugares específicos y estructuras territoriales propias.

El turismo ha mirado al marco físico como simple escenario de la actividad. Ya clamaba hace veinte años Frederic Armengol que sólo cuando la naturaleza empieza a ser un bien escaso y al ser recurso de la propia actividad, el sector reacciona y se interesa por regular su consumo. Ahora bien se plantea en función de la oferta y demanda del sector, y no en virtud de los niveles de tolerancia máxima medioambientales. No es posible implantar desarrollos turístico de manera aséptica y aislada, minimizando la dependencia con el entorno (Armengol 1992)

Tal y como describe Manuel Gausa la ocupación del territorio turístico español se ha ido transformado desde el comienzo del fenómeno de masas, paralelamente a como lo ha hecho el usuario del ocio. En los años 50 se ocupó el territorio con la ciudad jardín, atavismo idílico, que inició el camino de la edificación unifamiliar de baja densidad. A mediados de los años 60 el boom dio paso a la colonización del suelo de calidad de las primeras líneas de costa con arquitectura de tipología funcionalista. El hotel familiar de playa fue eclipsado

por grandes apartamentos que en principio nacieron como hitos aislados en el paisaje pero que acabaron reproduciéndose de manera masiva, con la estética metabolista del crecimiento ilimitado. En los años 70 con su crisis económica y en los años 80 con el desarrollismo se abrió las puertas a la banalización y tipificación de la arquitectura, herramienta universal para vender sueños que materializó las fascinación por la diferencia. Durante los años 90, para continuar reclutando usuarios, el fenómenos turístico se diversificó hacia el golf, la nieve, los cruceros, el turismo urbano, el turismo rural y los nuevos resorts todo incluido (Intelligent Coast 2007).

Actualmente se plantean nuevos usos para viejas estructuras obsoletas y nuevas formas derivada de la ciudad anterior. Estamos presenciando la ósmosis gradual entre fenómenos de turistificación de concentraciones urbanas costeras que se convierten en monocultivos urbanos (dedicado sólo a la actividad turística) y la transformación en urbanidades complejas de playas urbanas turísticas y de espacios naturales.

Los problemas genéricos del desarrollo en los tejidos turísticos son la creación de ciudades cementerio gran parte del año, si no se supera la estacionalidad; el ritmo de la implantación, gestión y mejora es muy distinto al de los tejidos residenciales permanentes y se necesitan de otros

servicios y equipamientos distintos a los de éstos.

La dimensión y manifestación territorial se expresan por los flujos de movilidad y desenvolvimiento espacial del turista en su destino temporal. La naturaleza en red de las nuevas estructuras territoriales permite una relación más elástica entre la ciudad y el territorio, mediante infraestructuras de intercambio. La movilidad, la interconexión y la interesclaridad adquieren tanta importancia como el paisaje y los interlugares, los nudos y los nodos, los crecimientos y las discontinuidades. Para superar la polémica clásica entre modelos dispersos y compactos se pone el interés en un modelo que enlace y supere viejos conceptos de desarrollo jerárquico, crecimiento zonal y regulación mono funcional (Gausa 2003)

El turismo es un fenómeno vivo y en transformación por lo que la eficacia de la planificación territorial parece reclamar formas de gestión más adecuadas a la naturaleza del producto turístico que consigan aunar la conservación y la mejora del territorio. En la línea de aplicar al urbanismo el principio de “pensar globalmente y actuar localmente”; compensando la necesaria vaguedad en la determinación territorial de las acciones con una gestión eficaz de los lugares en la que se potencie además la urbanización del territorio la que hace que un sitio se convierta en un lugar memorable. (Barba y Pie 1996)

8.2..... Paisaje Turístico

El turismo genera sus propios paisajes, nuevos o copiados de modelos existentes en otro lugar y cultura. Especulación del paisaje para hacerlo más atractivo, transformándolo en un objeto especializado y consumido a través del contemplar, el estar, el disfrutar y el sentir de sus visitantes, que las diferencias de los paisajes residenciales y productivos (Gausa 2007).

Es un ámbito rico en posibilidades interpretativas por su habitual condición de límite, por la vertiente estratégica de su implantación, por su dimensión territorial de fuerte expresividad, por el carácter a menudo experimental de sus arquitecturas, por la constante necesidad de reciclado edilicio, urbanístico y medioambiental para un paisaje conflictivo, pero al mismo tiempo vital (Gausa 1996). Paradójica relación entre turismo y paisaje, siendo la actividad económica que más ha contribuido en los últimos 50 años a la generación de paisajes.

Elemento clave para la mejora de la calidad ambiental de entornos degradados y como factor de valorización del patrimonio natural y cultural de construcción positiva del paisaje.

9.....ESPACIO 2 IMAGINADO MARCO CONCEPTUAL

9.1.....Imagen, simbolismo, significación e identidad.

La imagen del espacio turístico simboliza los valores que se asignan al lugar y mitifica los productos que puede ofrecer el consumo, resume su voluntad de atracción y sintetiza el tono y la distinción que otorga a sus consumidores. (Vera 2011). La experiencia turística es una experiencia semiológica, donde se intenta dotar de significado al conjunto de significantes; primero se decide cuáles son los significantes y después el significado (Donarie en Intelligent Coast 2007)

Los espacios turísticos son espacios con gran carga simbólica, extraordinaria para sus usuarios. La identidad del paisaje turístico deriva de la identidad cultural, del conocimiento, impresiones, prejuicios y saber emocional colectivo relacionado con un destino concreto, que se mediatizan para su comercialización turística. La demanda social genera una oferta que construye un paisaje, proyección de la sociedad emisora de turismo.

Pero las pautas culturales se han globalizado consolidando estilos de vida, de consumo, marcas, arquitecturas, informaciones y comportamientos de ocio homogéneos y banalizados que pierden sus elementos cualificantes distintivos. Por ello la tendencia creciente a recurrir a los simulacros, como representación de lo colectivo

simplificando la complejidad y creando clichés, ha conducido a la multiplicación de paisajes turísticos estandarizados que han minimizado la identidad de cada uno de ellos incluso en un momento en que, paradójicamente, los individuos y las ciudades apuestan por la singularidad y la diferenciación (de Borja 2006).

Los paisajes semiológicos (realidades que representan en un lugar un significado supuestamente ideal o universal e identificable) han tendido a convertirse en una reproducción seriada de aquello que quieren representar y a adecuarse de manera tendencial y permanente a la imagen idealizada que de ellos tienen los propios turistas. Paisajes reducidos a sólo una de las capas de información que lo configuran, la más inmediata y superficial: la imagen. Paisajes comunes orientados no ya al consumo de un lugar sino al consumo de una imagen.

Es necesario que los procesos de planificación y gestión del paisaje determinen hasta qué punto la identidad del espacio turístico puede soportar la existencia de una estrategia deliberada de manipulación semántica por parte de los agentes turísticos y sociales y de los propios visitantes a través de la interpretación que se ofrece de la realidad.

Es llamativo como la moderna sociedad del

espectáculo cierre las puertas a la imaginación. Todo es contado, visualizado, mediatizado, distanciado del espectador. Son lugares de representación, entendida como escenificación, y cada vez menos lugar de prácticas sociales. Las formas arquitectónicas son una puesta en escena, una estrategia para la seducción. Existe una numerosa imaginería para la promoción, con dispositivos iconográficos y discursivos que superpone una ciudad metafórica e imaginaria a la ciudad real. (Gil 2002)

Contrariamente el tratado por excelencia del simbolismo de la arquitectura: «Aprendiendo de Las Vegas» de Venturi, Brown y Izenour reclama el simbolismo olvidado de la arquitectura, defendiendo su contenido social. Se aboga por una arquitectura menos coercitiva y estéticamente más vital, aprendiendo de mirar. El lenguaje arquitectónico de Las Vegas habla de los símbolos que se utilizan para comunicarse a través del espacio, el espacio como un elemento arquitectónico se convierte en dominado por la comunicación. El signo en la calle es importante, el edificio se convierte en una modesta necesidad, e incluso a veces el edificio se convierte en un signo (Venturi 1977).

Cuanto más simple y contundente sea la identidad de un paisaje más se resiste a la expansión, a la interpretación, a la renovación, es decir, más

construye y empobrece al espacio que simboliza. Por lo que lleva a replantear las ventajas de la vacuidad frente a las desventajas de la identidad que parece converger hacia una homogeneización y superficialización de los espacios (Koolhaas 2006).

Es habitual que en las periferias urbanas la significación esté en crisis y contrariamente es frecuente que en los centros de la ciudad tradicional el auge de la significación frente a la merma en la capacidad de uso. Con lo que conlleva al planteamiento si la identidad condiciona una imagen siempre estática que no permite al espacio ser vivido (Bru 2001). Sin embargo se rechaza la idea de la caracterización del espacio de manera dual símbolo-función. Hay lugares que no pueden definirse ni como de identidad, ni de relación, ni histórico, son lugares de paso, no da lugar al diálogo, ni siquiera a la mirada detenida: son no-lugares (Augé 1996).

La imagen de un lugar lo singulariza y distingue simbólicamente de otros. En el espacio turístico la imagen y los símbolos como referentes visuales y perceptivos, generan capacidad de atracción y agregan valor simbólico al destino (Clave 2007). Pero los espacios se transforman y los componentes simbólicos de su imagen también evolucionan, pero en un proceso de cambio muy lento, la cultura actual aun utiliza imágenes de lugares



FIGURA 2 IMAGEN UNIVERSAL "LA MANGA DEL MAR MENOR" Fuente: Postal 1978



FIGURA 3 IMAGEN PROMOCIONAL "LA MANGA DEL MAR MENOR" Fuente: Campaña Murica No Typical 2010.



FIGURA 4 IMAGEN PERCIBIDA "LA MANGA DEL MAR MENOR" Fuente: Portal fotos compartidas: <http://www.flickr.com>

acuñadas en la época romántica del S.XIX.

Se recogen a continuación dos clasificaciones que clarifican los diferentes tipos de imágenes y sus consideraciones para el simbolismo y la imaginaria turística. La primera clasificación hace referencia a la voluntad por la que fue creada y la segunda clasificación sobre del turista y su relación con las imágenes en las distintas etapas de la experiencia turística. Donarie (2003)

- **1_ IMÁGENES EMITIDAS** (colectivas, convencionalmente asignadas a un determinado destino) un emisor que genera conceptos, atributos, valores, impresiones, olores, nombres y visiones que configuran la imagen de un espacio.
- **1.1_ IMÁGENES UNIVERSALES:** son las más importantes en la percepción colectiva de los destinos formadas por símbolos básicos del destino que son reconocidos por el visitante, tanto nodos elementales (una catedral, una montaña, una plaza) como por elementos más complejos. Son imágenes muy simples, estereotipos más o menos relacionado con el destino, que tiene un alto grado de difusión y son percibidas de manera similar por los receptores. Son imágenes que apenas se modifican aunque el espacio se vaya transformado, creadas en el periodo

romántico. Son menos eficientes porque no siempre logran crear una imagen más o menos concreta del espacio turístico.

- **1.2_ IMÁGENES INDUCIDAS O PROMOCIONALES:** creada desde el destino (publicistas) cuya misión es crear una visión positiva y favorecer el consumo, tienen una orientación turística. Son mucho más variables, más específicas, menos universales y menos eficientes. Las campañas de promoción tienden a poner acentos en nuevas cuestiones, y puede que se adapte a un sector del público objetivo y pueden ser diferentes en cada espacio emisor de turismo.
- **2_ IMÁGENES PERCIBIDAS** las forma en que cada individuo percibe la imagen.

Esta clasificación la representa muy bien tres formatos diferentes: postales, folletos publicitario e imágenes web de los usuarios

Esa misma clasificación puede tener un orden diferente si se rige por las fases de la experiencia turística en las que el turista se relaciona con la imágenes de una manera distinta:

- **A_ Fase de anticipación:** Imagen a prior (de la experiencia turística) el turista selecciona el destino con la imagen que el éste proyecta colectivamente. Es la suma de imágenes

turísticas (folletos, guías, revistas) y no turísticas (películas, libros, reportajes). Se conoce superficialmente y condicionará la experiencia. Los turistas no conocen sino que reconocen un lugar. El papel de los mapas es fundamental desde la perspectiva de la producción de espacios turísticos y las experiencias turísticas.

- **B_ Imagen in situ, experiencia.** El turista es consciente de lo efímero de su estancia que condiciona el conocimiento del lugar y su actitud. La característica temporal y el componente no material del producto explica la tendencia a capturar elementos del espacio receptor (suvenir, fotografías, videos, postales) que van perfilando la imagen que el turista tiene de él. Se contrasta la imagen colectiva con la percepción individual.
- **C_ Imagen a posteriori:** Recreación con recuerdos, experiencias y objetos materiales que reproducen el viaje, se contrasta la imagen percibida de la propia experiencia con la preconcebida. Idealización del viaje que se comparte a través de páginas webs se identifican sensibilidades y expectativas de los usuarios.

Se concluye con el reconocimiento de la importancia de la imagen universal dentro

del espacio simbólico de un lugar, generada por la cultura, asumiendo su inmovilidad y las consecuencias que tiene para los lugares turísticos en su tendencia a converger hacia ellas. Las imágenes de la fase de anticipación sin embargo tienen capital importancia en el espacio emisor, en la elección del destino turístico y su éxito residen en si logra recoger las motivaciones del viajero.

El espacio no es un reflejo de la sociedad, es la sociedad misma, por lo tanto, las formas espaciales son producidas por la acción del hombre (Castells 1983) cabe preguntarse entonces en qué medida se produce una simbiosis entre las características físicas de los sitios y las cualidades representativas que le son asignadas.

9.2.....Mapas mentales

La globalización permite nuevas visitas y paisajes en un periodo corto de tiempo que no permite crear lazos de afinidad, por lo que la industria turística se prepara para atender a las expectativas y la construcción de lecturas precisas de sus identidades. El turista es perfectamente consciente del componente irreal de la experiencia turística. Todo desplazamiento turístico se puede concebir como un proceso de verificación, en el que a lo real se parece a su imagen y la preparación del recuerdo se ha convertido en una parte fundamental de la

actividad y del negocio. Se disponen secuencia de espacios, de imágenes urbanas, presentes a modo de souvenir de diversidad cultural, dispuestos en el espacio para el consumo visual y temático de los visitantes.

El imaginario urbano se refiere a nuestros mapas mentales y cognitivos de la realidad, a las cuadrículas a través de las cuales pensamos, experimentamos, evaluamos y decidimos actuar en los lugares, espacios .

El comportamiento del ciudadano y la utilización que hace del espacio urbano, adquiere importancia con Kevin Lynch con su investigación en “La Imagen de la ciudad” (1960), donde analiza las características de la percepción del habitante sobre la morfología del espacio. Sus investigaciones dieron como resultado el predominio de asociaciones de ideas de tipo biográfico y emocionales cuando la gente evocaba el nombre de su ciudad. Su alcance es puramente visual sobre el comportamiento del ciudadano ante la ciudad, frente a una visión de la ciudad de carácter simbólico.

Entre los procedimientos situacionistas la teoría de la deriva, propugnada por Guy Debord en 1958, se presentaba como una técnica de paso ininterrumpido a través de ambientes diversos dejándose llevar por las solicitaciones del lugar y por los encuentros que en él le acontecían. El

Walkscapes: de los situacionistas es el andar como práctica estética trata del deambular como arquitectura del paisaje. Caminar como forma de arte autónoma, acto primario de transformación simbólica del territorio, instrumento estético de conocimiento y modificación física del espacio atravesado que se convierte en intervención urbana. Realizando una descripción emocional del espacio; de este modo, un mapa estaría compuesto por fragmentos de ciudades que se relacionan de forma aleatoria, no por su funcionalidad sino por su carácter emocional.

9.3.....Utopías mentales

Al espacio concebido de pensamientos reflexivos y representaciones simbólicas pertenecen las de utopías de los espacios turísticos. Es reflexiva la New Babylon: City for Another Life de Constant Nieuwenhuys, proyectada en 1958. Se proyecta una ciudad con un espacio que no responde a la vida comunitaria regida por el principio de utilidad,



FIGURA 5 NEW BABYLON CITY FOR ANOTHER LIFE
Constant Nieuwenhuys, 1958.



FIGURA 6. ESCENA URBANA NOCTURNA LLORET DE MAR, GIRONA. Fuente : La Vanguardia 2003

10..... ESPACIO 3 VIVIDO MARCO ACTIVIDADES

sino a la movilidad de la población como consecuencia del nuevo estado de libertad en el tiempo y en el espacio, de cambios repentinos e imprevistos. Se imagina y representa una ciudad habitada por un hombre ocioso y nómada, el *homo luden*.

Es una propuesta visionaria y utópica que propone un escenario de futuro donde el habitante es un hombre liberado del trabajo y en constante movimiento. Se avanza hacia una nueva forma de vivir y la necesidad de un nuevo urbanismo adecuado a la sociedad del consumo. No se separa el espacio abstracto y el espacio de la acción, vivido, es un sólo espacio ya que la disociación entre ambos sólo está justificada en una sociedad utilitarista con las relaciones sociales bloqueadas, en la que el espacio concreto posee necesariamente un carácter antisocial (Turismo Líquido 2009).

10.1.....Diversificación de funciones turísticas

La materialización de las funciones turísticas se concreta en las estructuras espaciales que las generan. Las prácticas turísticas y los comportamientos son múltiples, por lo que su reflejo espacial en los escenarios turísticos también será diverso, superponiéndose, sobre un mismo espacio, formas muy diversas de utilización.

Los límites entre diversas actividades (turismo, cultura, deporte, espectáculo, comercio) son imprecisos. Los productos turísticos no pueden ser simplemente de oferta masiva dirigida a grandes colectivos supuestamente homogéneos.

La densidad es una variable fundamental, pero significa intensidad de uso. No se trata tanto de construir un espacio, sino de llenarlo de contenidos. La multiplicación de los contenidos de los espacios turísticos en términos de usos, tiempos e imágenes posibilita su revalorización y renovada expansión. Las ciudades americanas tienen la capacidad de cambiar radicalmente de concepto y aspecto en un intervalo de diez años. (Koolhaas 2002)

La práctica turística se define a partir del contraste con las experiencias cotidianas y rutinarias vividas en los lugares de residencia habitual. El turista no sólo consume bienes y servicios sino que también impone sus expectativas en la creación y recreación de nuevas formas espaciales acordes a sus necesidades.

11.....CARTOGRAFÍAS

La cartografía es un medio de comunicación gráfico por su capacidad de emerger y visibilizar lecturas del territorio y su paisaje, convirtiéndose en una plataforma para la reflexión y la proyección del espacio.

La cartografía genera mapas provisionales temáticos, sectoriales, etc, donde el territorio no está representado como un substrato inmutable, continuo ni estable.

Las metodologías urbanas tradicionales observan el espacio urbano desde afuera de la experiencia espacial, del sujeto, del habitar. Sin embargo el mapa contemporáneo ha dejado de estar al servicio exclusivo del poder para erigirse como herramienta de participación ciudadana y plataforma de denuncia social. Desde los campos del arte, las ciencias sociales, la arquitectura y movimientos sociales, se están llevando a cabo proyectos de 'mapeado' que engloban desde procesos participativos hasta visiones poéticas sobre la creación de territorios nómades, así como también la representación de las intrincadas redes del poder.

Con estos conceptos cartográficos contemporáneos cartográficos se toma una muestra del territorio turístico y se ensaya la representación del espacio como realidad compleja y en constante transformación. Se

cartografía el espacio con estrategias de corte transdisciplinar: desde lo perceptible, desde lo imaginado y desde la vivencia turística, Se representa cada uno de los elementos turísticos que conforman el espacio fusionando el uso de datos objetivos y empíricos con parámetros de la realidad como: la temporalidad, la percepción, el recorrido, la legibilidad del espacio, el territorio como producto de consumo, las estructuras derivadas del espacio imaginado y publicitado,



FIGURA 7 GRABADO EN ROCA VAL CAMONICA
Mapa realcional :recorridos conexiones poblado paleolítico



FIGURA 8. SITUACIÓN REGIÓN DE MURCIA EN RELACIÓN A CIUDADES Fuente : elaboración propia en base a Google Earth



FIGURA 9. VISTA AÉREA LA MANGA DEL MAR MENOR ,HACIA EL SUR. Fuente : Google imágenes.

12.....CARTOGRAFÍAS DE LA MANGA DEL MAR MENOR CON SU ÁREA FUNCIONAL.

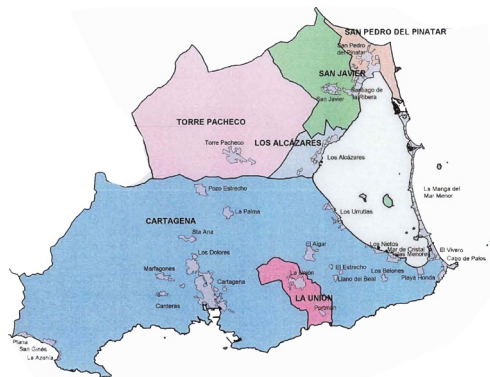


FIGURA 10. MUNICIPIOS DEL ÁREA FUNCIONAL DE LA MANGA DEL MAR MENOR .Fuente : Plan de Ordenación Territorial del Litoral de la Región de Murcia , 2004.

Se escoge como muestra de territorio turístico La Manga del Mar Menor en la costa mediterránea murciana por ser considerado un ejemplo paradigmático de territorio turístico. Varios son los motivos: el primero, por su marcada monofuncionalidad turística que facilita su estudio; segundo, por ser un destino turístico con una imagen simbólica reconocida dentro del ámbito sociocultural nacional; tercero, por ser una explícita muestra construida de las etapas de la reciente historia turística, pues su construcción se inició en los años 60 sobre una lengua de arena virgen y para finalizar porque protagoniza la interesante controversia de ser un lugar que dispone de unos recursos naturales excepcionales que no convierten en extraordinario al turístico.

La Manga del Mar Menor forma parte del área funcional denominada Campo de Cartagena – Mar Menor dentro de las Directrices y Plan de Ordenación Territorial del Litoral de la Región de Murcia. Es la zona norte del territorio costero murciano que tienen elementos geográficos y físicos comunes que posibilitan una ordenación y desarrollo unitario. Por ello se considera apropiado utilizar sus límites en esta investigación sus límites, como área de influencia de La Manga.

El área funcional forma parte de los municipios de: Cartagena, San Pedro del Pinatar, San Javier, Los Alcázares y Torre Pacheco y recoge las sub-áreas

geográficas del Arco Norte y Arco Sur del Mar Menor, la sub-área de la Manga-Cabo de Palos y la sub-área de Cartagena

Se inicia la lectura analítica del espacio turístico de la Manga del Mar Menor siguiendo el orden de los elementos turísticos que lo generan, ubicados dentro del área funcional geográfica. Se van a estudiar como expresión combinada de tres modos distintos de estudio, si bien interrelacionados entre sí, de la percepción, lo concetual y lo vivido.

ESTUDIO ANALITICO DE LOS ELEMENTOS

1. RECURSOS
2. SERVICIOS (+Equipamientos)
3. INFRAESTRUCTURAS
4. SOCIEDAD:
5. TURISTAS
6. PRODUCTOS.
7. ESPACIO TURÍSTICO.

ESPACIO 1 PERCIBIDO

Referencia visual y material constante, presente, permanente y mutable. El observador en diversos puntos tanto desde el interior de La Manga mirando al paisaje como La Manga ejerciendo de paisaje. Se establece los límites visuales. Reacción del entorno.

El estudio paisajístico de las cuencas visuales del Mar Menor en las Directrices y Plan de Ordenación Territorial del Litoral de la Región de Murcia donde se limitan las alturas de la edificación de 0 a 2 plantas para preservar las visiones desde la autovía a la cuenca visual del Mar Menor y La Manga en último plano

ESPACIO 2 CONCEBIDO

Conceptualización espacial de la forma del territorio, símbolos de la memoria. Una vista de pájaro que muestra aquello que constituye la esencia del paisaje. Construcción del mapa mental y de su traducción como paisaje que facilita entender la estructura del territorio y da claves para resolver los problemas de implantación. Constatación identitaria.

Atlas del paisaje de la Región de Murcia: se perciben como un espacio natural intervenido, es como *un gran portaviones varado entre dos mares. La iluminación nocturna de viales permite observar todo el borde de la ribera interior y el eje de unos 20 kms de La Manga. En el agua se refleja la luna y puede recibirse esa sensación de serenidad que transmite la laguna del Mar Menor. Paisaje luminoso y sereno, de gran belleza natural, dónde se puede practicar el baño y deportes náuticos casi todos los días del año.*

ESPACIO 3 VIVIDO

Vivir el paisaje y su eterno devenir, olerlo, oírlo. Disfrutado desde todas las edificaciones en altura, desde todas las actividades náuticas, desde las playas, y sólo desde parte del espacio público de cota cero.

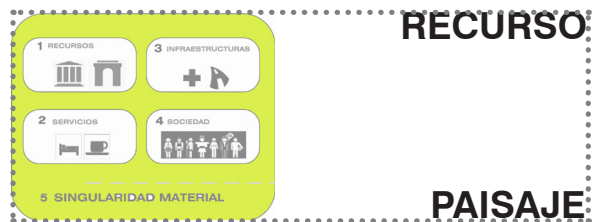


Figura 11. Mar Menor desde La Manga. Fuente: propia.

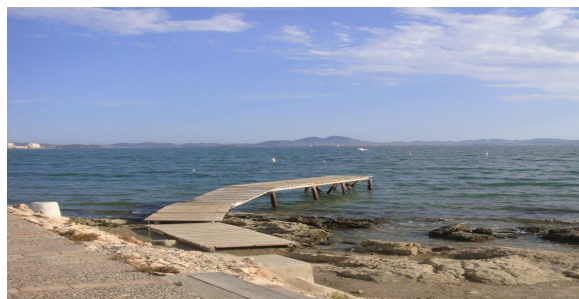


Figura 12. Vista aérea hacia Norte. Conceptualización .Web.

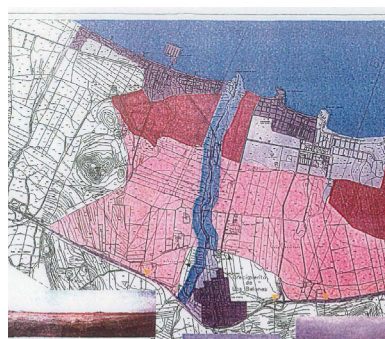
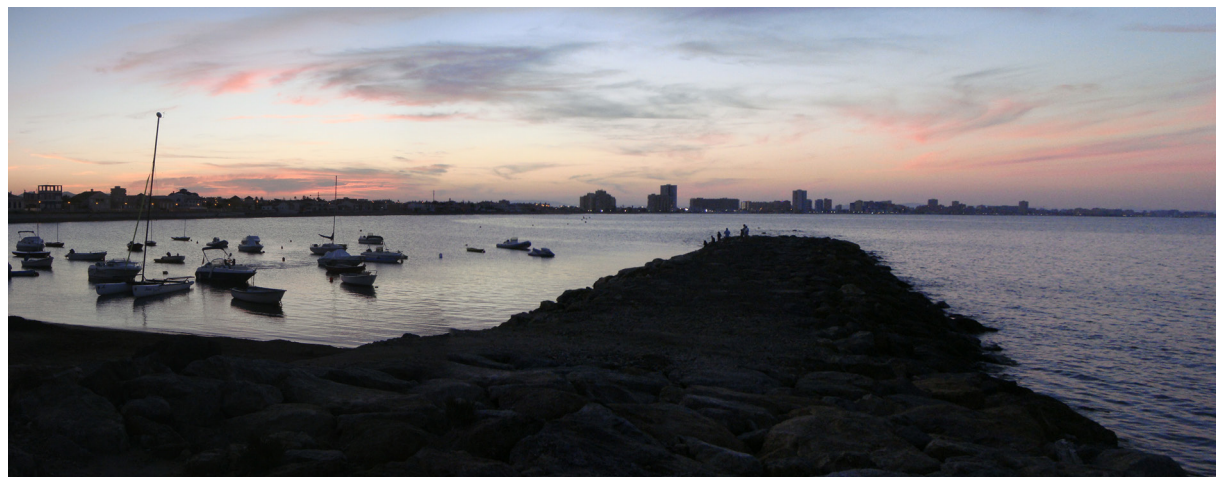


Figura 14. Plano del estudio paisajístico de las cuencas visuales del Mar Menor en las Directrices y Plan de Ordenación Territorial del Litoral de la Región de Murcia 2004.



Figura 15. Estudio de visuales sobre ortofotoplano La Manga del Mar Menor

ESPACIO 1 PERCIBIDO

Valor ambiental atractivo del territorio. Campo de trabajo científico que acota y establece la protección ambiental. Territorio preservado al desarrollo urbanizador (no al turismo) y sujetos a un régimen específico de protección por parámetros ecológicos, biológicos, geológicos y botánicos.

Acotados sobre la cartografía en el Plan de Ordenación Territorial del Litoral, 2004. Suelos: Espacios naturales protegidos, humedales de importancia internacional, ZEPIM, LIC (Terrestres y Marinos) : LICs terrestres: Salinas y Arenales de San Pedro del Pinatar, Espacios Abiertos e Islas del Mar Menor. LICs marinos: el Mar Menor. (Mapa de sistema básico de Áreas Protegidas). ZEPAS: Salinas y Arenales de San Pedro del Pinatar, isla Groas, Islas Hormigas, .

- Suelo de protección de cauces.
- Suelo de protección de riesgos de la minería.
- Vías Pecuarias
- Suelo de Protección Geomorfológica por pendientes
- Suelo de protección agrícola
- Suelo de protección paisajística

ESPACIO 2 CONCEBIDO

ESPACIO 3 VIVIDO

Son recursos para el uso de los turistas como lugar visitable y disfrutable con valores paisajísticos apreciados por no dispone de desarrollo urbanístico, frente a otro tipo de desarrollo como el de la agricultura, la pesca o la explotación de sal.

- RUTAS DE INTERES Y VIAS VERDES



Figura 16. Suelos protegidos : Salinas de San Pedro del Pinatar, norte de La Manga Fuente: propia



Figura 17. Suelos protegidos : salinas de san pedro del pinatar, norte de la manga Fuente: propia

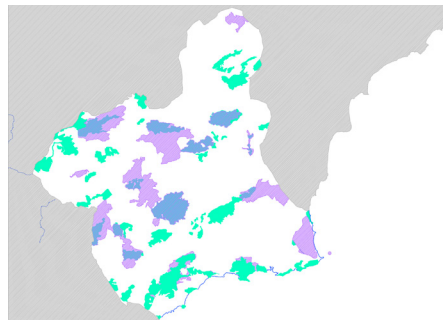


Figura 18. Suelos Protegidos .LICsy ZEPAs en la Region de Murcia. Elaboración propia.



Figura 19. Viva Pecuarisa . Plan de Ordenación Territorial del Litoral 2004

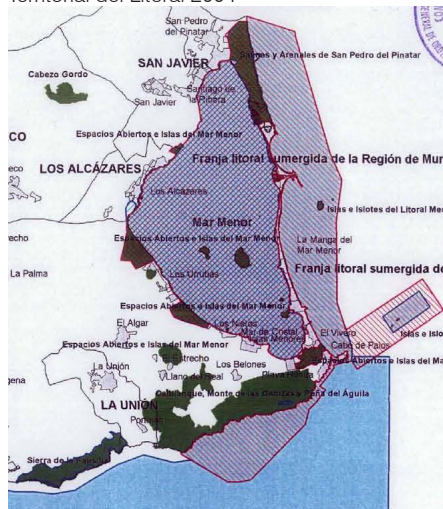
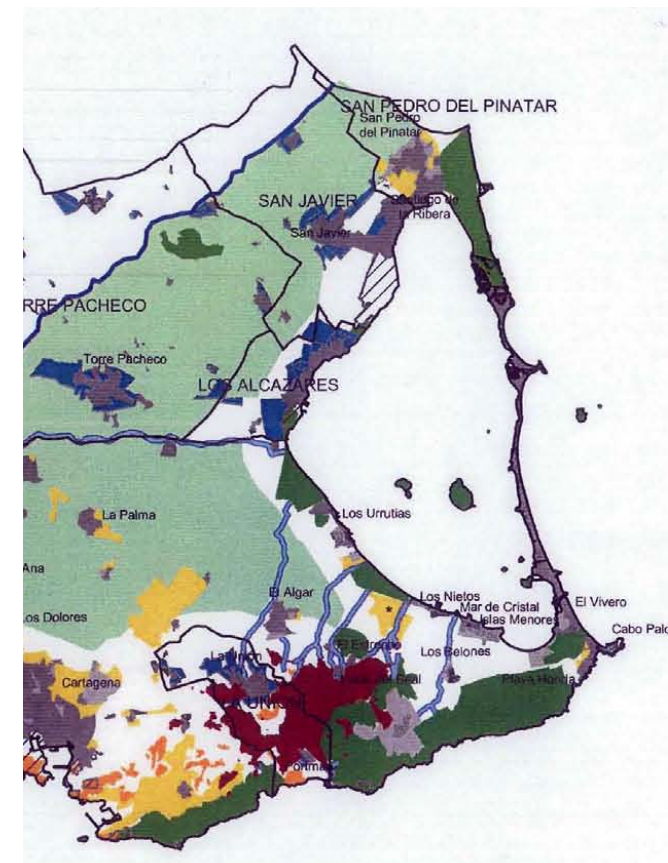


Figura 20. Suelos Protegidos . Plan de Ordenación Territorial del Litoral 2004

Figura 21. Sistema de áreas protegidas. Plan de Ordenación Territorial del Litoral 2004



12.1Recurso: histórico, monumental, cultural

ESPACIO 1 PERCIBIDO

¹CARTAGENA

1. Conjunto Histórico Artístico.
2. Teatro Romano.
3. Murallas Carlos III.
4. Castillo de la concepción.
5. Conjunto de arquitectura defensiva de la Bahía de Cartagena, baterías de costa y antiaéreas, Castillos y Fortalezas.
6. Faro de Cabo de Palos.
7. Torre Ciega, del Moro , de Lo Poyo, Rubia.
8. Palacio de Aguirre
9. Restos arqueológicos, cuevas y yacimientos.

LOS ALCÁZARES

1. Torre del Rame
2. Balneario de la Encarnación (1904)

SAN PEDRO DEL PINATAR

1. Casa del Reloj

SAN JAVIER

1. Museo de la Ciudad

TORRE PACHECO

1. Torre Silva
2. Molinos de viento

LA UNIÓN

1. Antiguos yacimientos mineros.
2. Mercado modernista o de Abastos.

ESPACIO 2 CONCEBIDO

Iconos: nodos turísticos georeferenciados y conocidos, “aquello que se tiene que ver” y que persisten pese a cambiar el turista y el modelo o producto. Juegan un papel importante en la configuración de la marca de una ciudad como Cartagena

ESPACIO 3 VIVIDO

¹CARTAGENA

1. Semana Santa (FITN).
2. Carnavales (FI)

LOS ALCÁZARES

1. Semana Internacional de la Huerta (FITR)

2. SAN PEDRO DEL PINATAR

1. Festividad de la Virgen del Carmen (FITR)
2. Semana Santa (FITR)

SAN JAVIER

1. Festival de Teatro , Música y Danza de San Javier (FITR)
2. Festival Internacional de Jazz (FITR)
3. Romería de San Blas de Santiago la Ribera (FITR)

LA UNIÓN

1. Festival del Cante Flamenco de las Mians (FITN)
2. Procesión Cristo de los Mineros (FITR)

- RUTAS, VISITAS, ITINERARIOS pautadas mediante símbolos turísticos (pueden ser el mismo turista).

¹Fuente de Información: Plan Director de Turismo de la Región de Murcia 2006

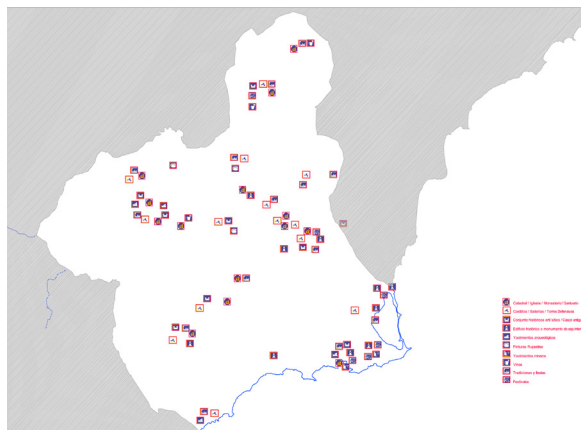


Figura 22. Distribución de los recursos históricos culturales en la Región de Murcia.

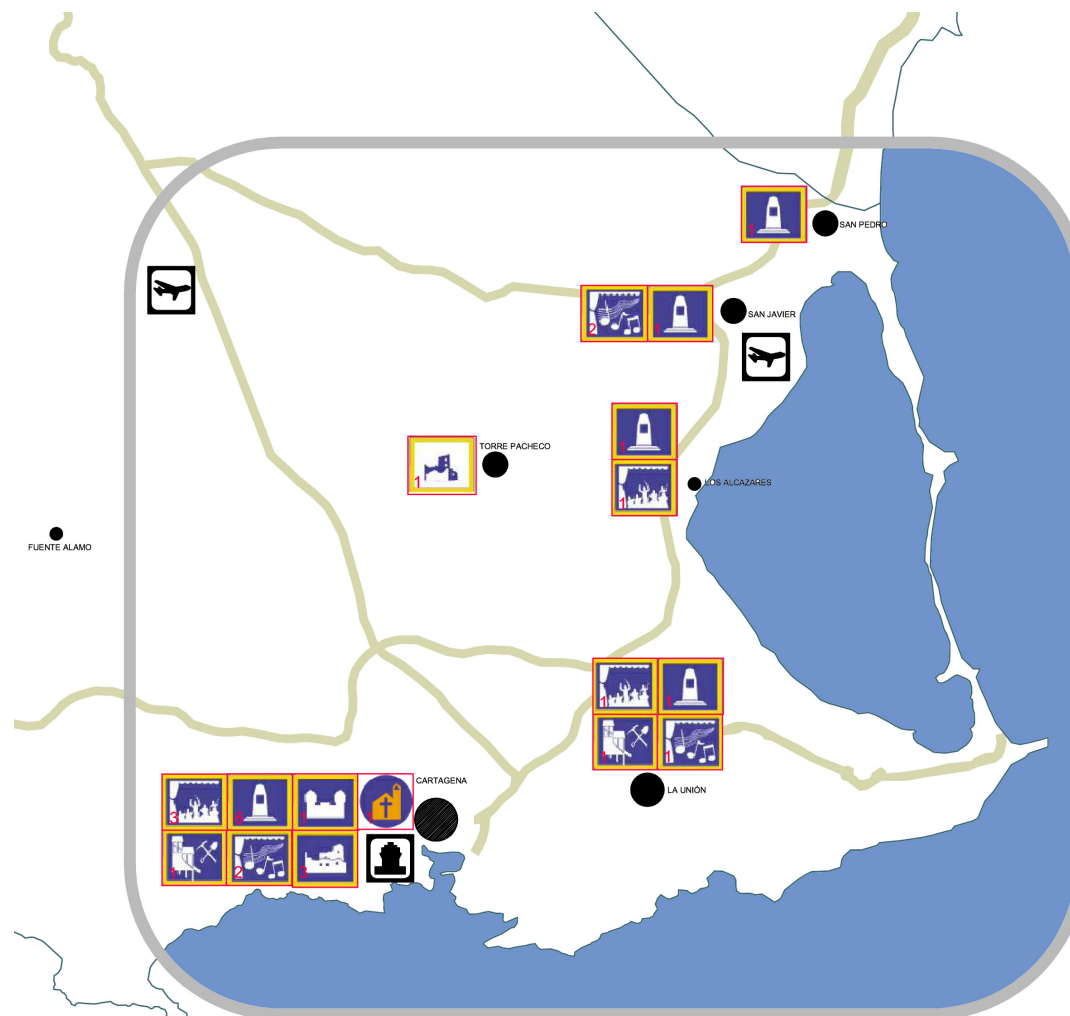


Figura 23 Distribución y emplazamiento de los recursos histórico culturales en La Manga del Mar Menor y su área funcional. *Elaboración propia a partir de los datos Plan Director de Turismo de la Región de Murcia 2006.*

ESPACIO 1 PERCIBIDO

La distribución del número de plazas de hoteles en el litoral, se concentra en La Manga (municipios de Cartagena y San Javier) con un 42% del total de la oferta. El número de plazas de hotel que se desarrolla en La Manga es muy superior al que vemos en los restantes municipios que pertenecen a la zona del Mar Menor (Los Alcázares, San Pedro del Pinatar y San Javier).

Los municipios del Mar Menor reúnen la suma del 14% de la oferta y si a esta cifra le sumamos el porcentaje de la oferta de La Manga, se observa que el 56% del total de la oferta de alojamiento en hoteles en la Región de Murcia se concentra en el área geográfica de La Manga y Mar Menor.

Es llamativo el número de plazas ofertadas en la región de Murcia (según INE y el número de plazas ofertada según encuesta) que es un 25% de las plazas ofertadas en la provincia de Alicante.

¹Fuente de Información: Plan Director de Turismo de la Región de Murcia 2006.

ESPACIO 2 CONCEBIDO

ESPACIO 3 VIVIDO

¹Pernoctaciones nacionales en la costa (52% del total de pernoctaciones) procedencia de los turistas que dan uso al servicio ofertado:

- 28% Madrid
- 15% Región de Murcia
- 12% Andalucía
- 11% Comunidad Valenciana
- 9% Castilla la Mancha
- 7% Cataluña

Pernoctaciones extranjeros en la costa (59% del total de pernoctaciones) procedencia:

- 38% ingleses y después muy diversificado.

Pernoct Nac=2.285.789 (costa:1.190.793)
Pernoct Extr=515.108 (costa: 305.251)

Grado de OCUPACIÓN oscila los máximos y mínimos:

- 68.64% agosto 2011
- 27.33% enero 2011

Personal empleado oscila entre los máximos y mínimos:

- 1.856 agosto 2011
- 781 febrero 2011

¹Fuente de Información: Centro Regional de Estadística de la Región de Murcia

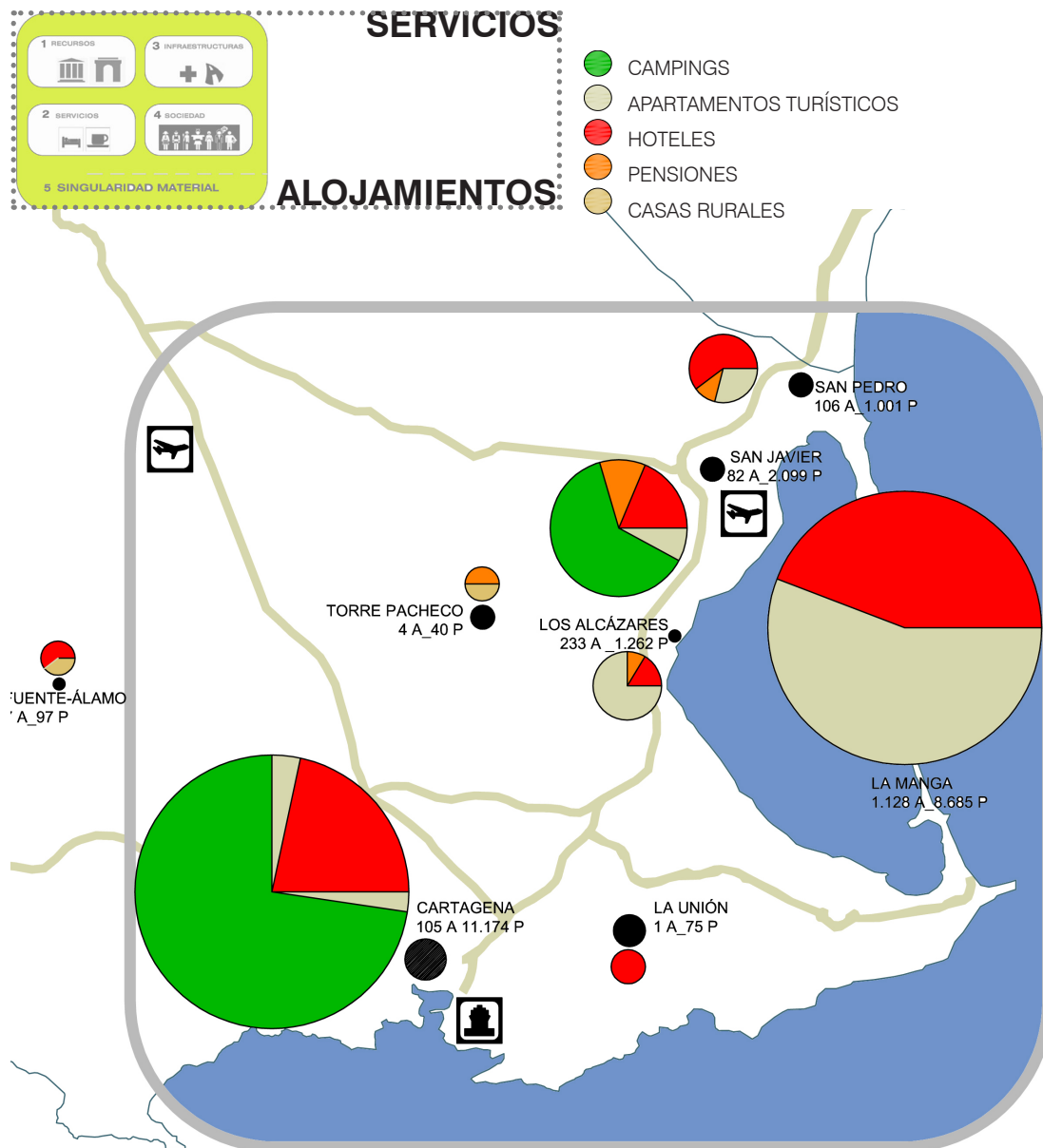


Figura 24. Emplazamiento y porcentajes de tipos de alojamientos en La Manga del Mar Menor y su área funcional. *Elaboración propia, datos Plan Director de Turismo de la Región de Murcia 2006.*

Figura 25. Distribución y porcentaje pernотaciones turistas (españoles y extranjeros) en la Región de Murcia. *Elaboración propia, Datos Centro Regional de Estadística de la Región de Murcia y Consejería de Cultura y Turismo.*

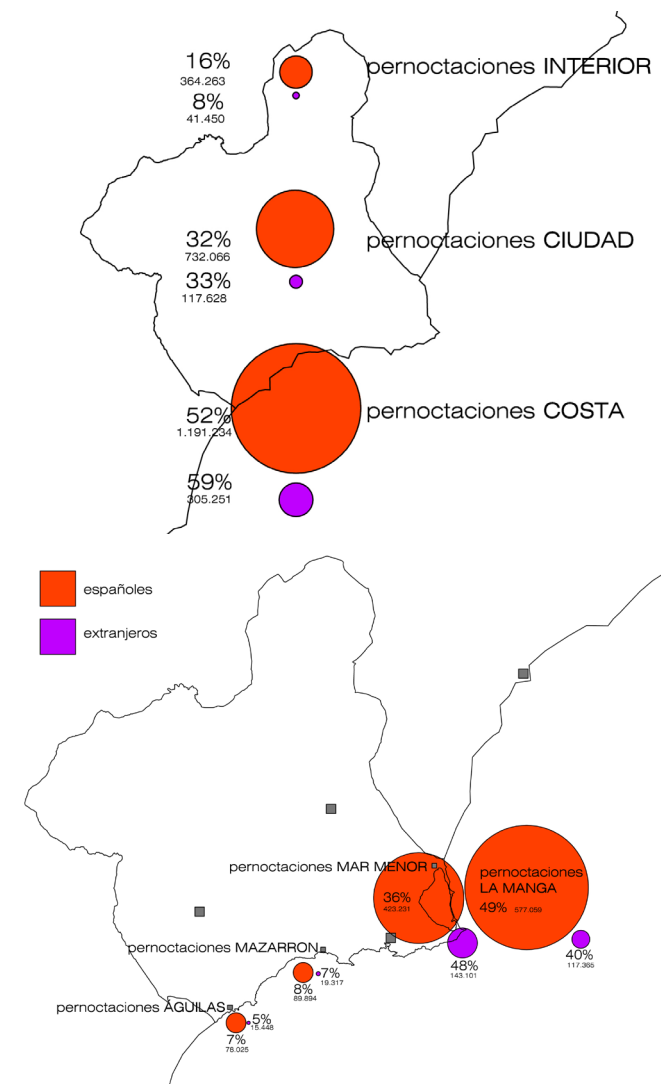


Figura 26. Distribución y porcentaje pernотaciones turistas (españoles y extranjeros) En la costa de la RM. *Elaboración propia, Datos Centro Regional de Estadística de la Región de Murcia y Consejería de Cultura y Turismo.*

ESPACIO 1 PERCIBIDO

Turismo Residencial

Vivienda de segunda residencia o vivienda privada y no colectiva utilizada con fines recreativos durante parte del año de forma estacional, periódica y esporádica, y que por tanto no constituye residencia habitual.

El usuario de segunda vivienda turística puede ser bien el propietario o bien un familiar a quien se la ha prestado la vivienda. También existe el usuario de vivienda en alquiler.

El Turismo Residencial no utiliza los establecimientos turísticos convencionales existentes en la Región, por lo que cuantificar el número de viviendas resulta complicado. Murcia cuenta con el 3,4% de la oferta nacional. Del total de las viviendas, el 40% es para extranjeros, según un estudio IESE. El 60% de las viviendas son para turismo nacional.

ESPACIO 2 CONCEBIDO

ESPACIO 3 VIVIDO

Recorridos de los turistas / veraneantes desde su residencia a las actividades: playa, piscina, deportes, comercio, ocio. No más allá de los 2.5 km del módulo representado.

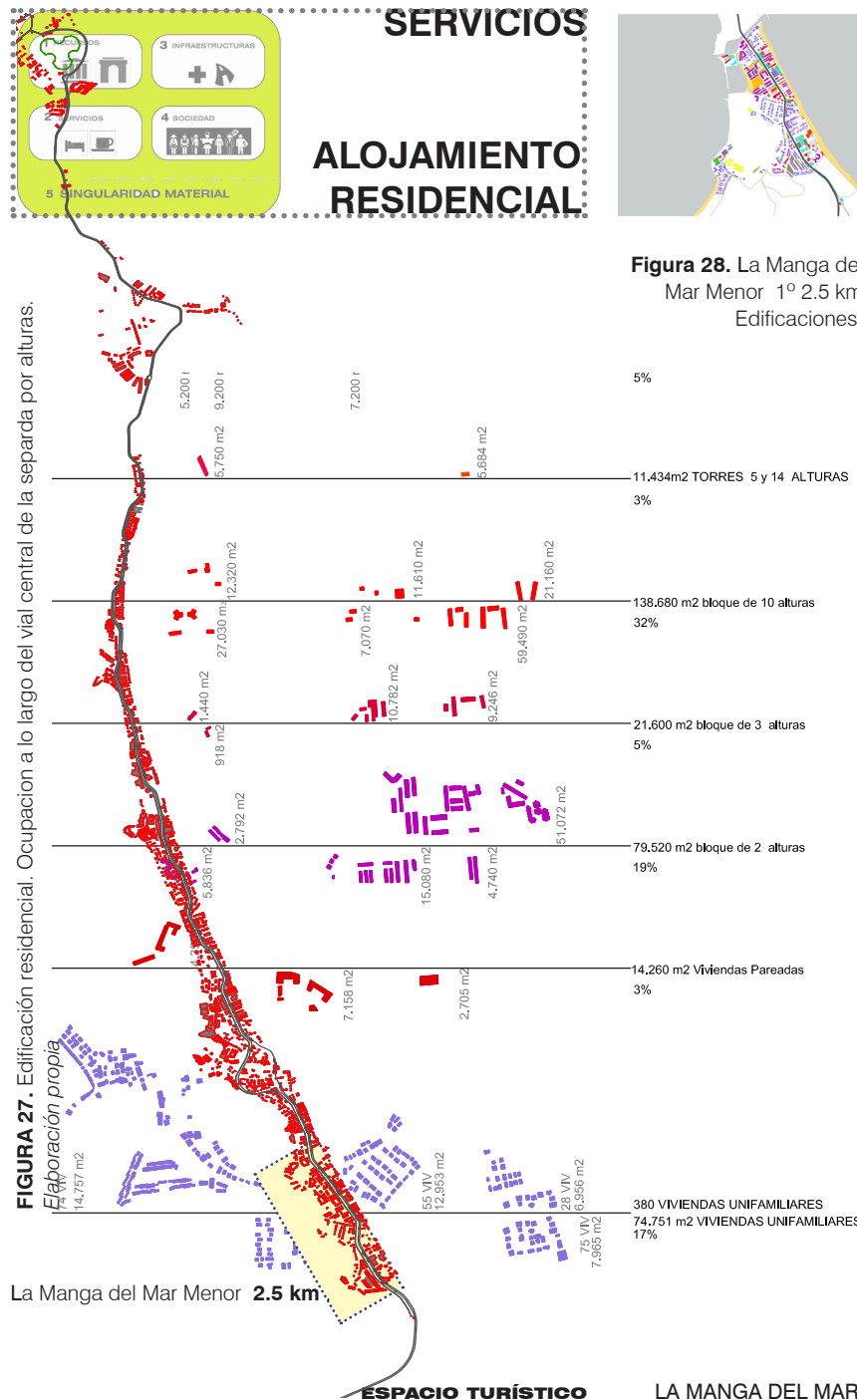


Figura 28. La Manga del Mar Menor 1º 2.5 km Edificaciones.



Figura 29. Planta de los 2.5 km primeros de La Manga del Mar Menor. Edificación Residencial. Alturas. *Elaboración propia*

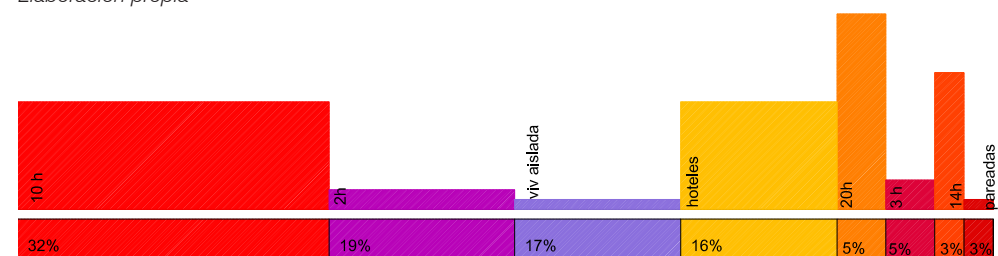


Figura 30. Porcentajes de la superficie residencial edificada según alturas construidas. *Elaboración propia*

12.2.....Servicios: restauración y comercial

ESPACIO 1 PERCIBIDO

El 71% de los establecimientos de la Región de Murcia son de cuarta categoría, por consiguiente de un tenedor.

Cartagena es el municipio de litoral que cuenta con un mayor número de plazas de restauración, con un total de 26.502 incluyendo la zona de La Manga del Mar Menor. De estas plazas tan sólo 206 son de tres cuatro tenedores.

ESPACIO 2 CONCEBIDO

ESPACIO 3 VIVIDO

Los recorridos, usos que generan en los turistas.

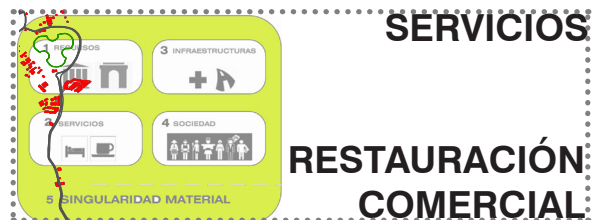


Figura 31. La Manga del Mar Menor 0- 2.5 km .



Figura 32 Planta 0-2.5 km de La Manga del Mar Menor. Distribución de servicios. *Elaboración propia.*

Figura 33. Fotografías servicios comerciales y de restauración. Fachadas y apariencia a vía principal de acceso.



ESPACIO TURÍSTICO

LA MANGA DEL MAR MENOR CARTOGRAFÍAS

12.2.....Servicios: instalaciones deportivas y de salud

ESPACIO 1 PERCIBIDO

CAMPOS DE GOLF:

MUNICIPIO	CAMPO DE GOLF	Nº CAM-POS	HOYOS POR CAMPO
Cartagena	La Manga del club golf	3	18
Fuente Alamo	Hacienda del Alamo	1	18
Torre Pacheco	Club de Golf Torre Pacheco	1	9
	La Torre Resort	2	27
San Javier	Mosa Golf Murcia	1	27
Los Alcázares	Golf Torre de Rame	1	18

El Mar Menor constituye el principal atractivo turístico de la Región idóneo para la navegación recreativa, especialmente a vela. Hay un gran número de escuelas de velas y la creación de la Estación Náutica del Mar Menor, donde ofrece al visitante una oferta global de actividades y servicios, ya que alberga infraestructuras náuticas (escuelas de vela, puertos deportivos), alojamientos, establecimientos de ocio, etc.

Los puertos deportivos son también lugares lúdicos donde encontrar una serie de servicios como restaurante piscinas, club social, escuela de vela. Complementos que se unen a los servicios propios de este tipo de instalaciones como balizamiento, recogida de basura, alumbrado general, vigilancia, suministros, grúas, almacén, taller, etc.

ESPACIO 2 CONCEBIDO

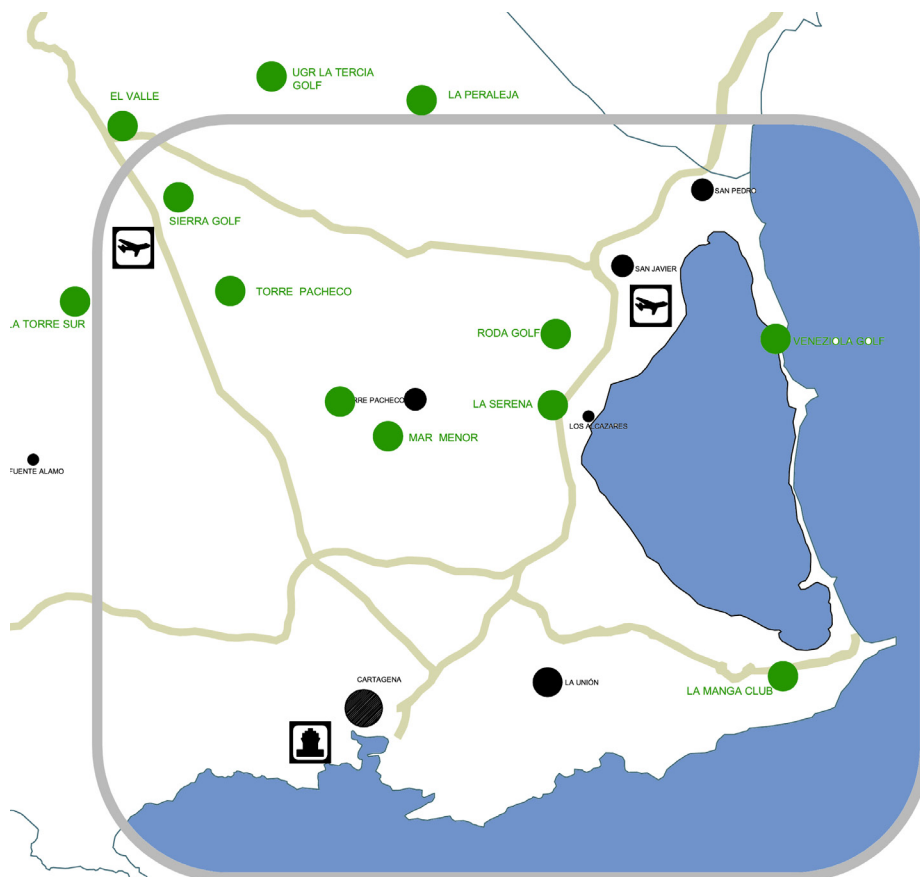
ESPACIO 3 VIVIDO

Las actividades y desplazamientos que generan en los turistas de La Manga hacia otros emplazamientos dentro del área funcional.



- CAMPO DE GOLF
- POBLACIÓN

- PUERTOS DEPORTIVOS
- PUERTOS DEPORTIVOS BANDERA AZUL
- NÚMERO DE AMARRES
- ESCUELAS DE VELA
- ESCUELAS DE BUCEO



FFigura 34. Emplazamiento Campos de Golf La Manga del Mar Menor y su área funcional. *Elaboración propia ,datos Plan Director de Turismo de la Región de Murcia 2006.*

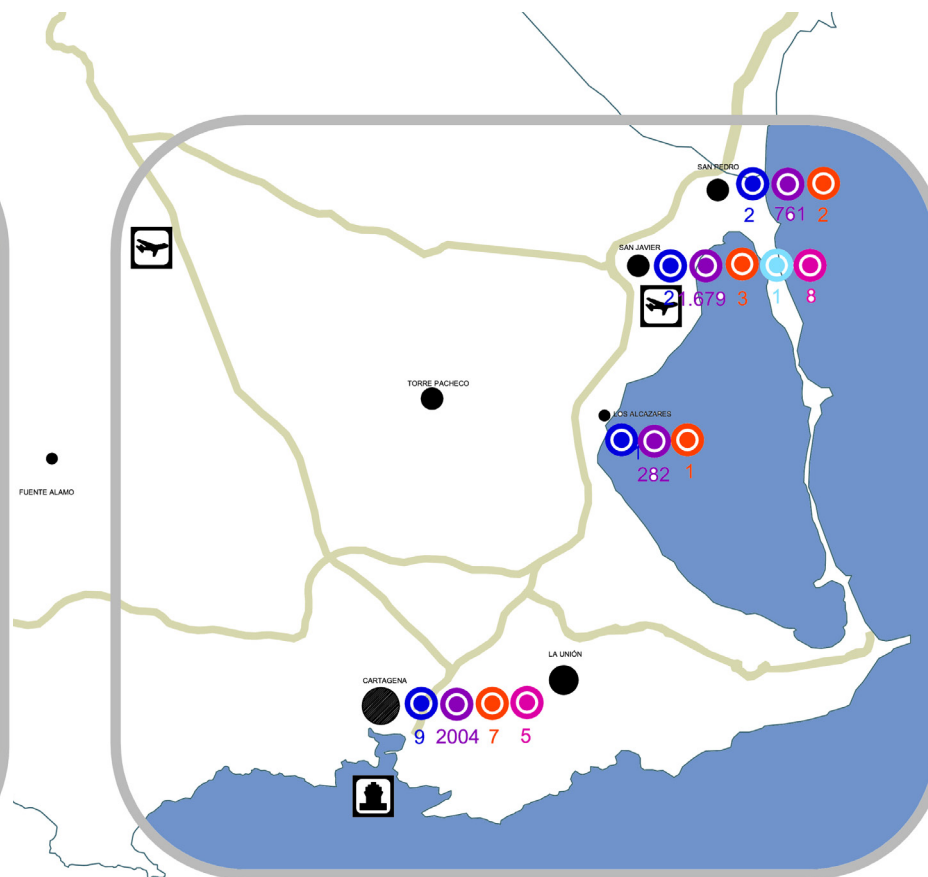


Figura 35. Cantidad y emplazamiento de servicios deportivos náuticos en La Manga del Mar Menor y su área funcional.*Elaboración propia ,datos Plan Director de Turismo de la Región de Murcia 2006.*

ESPACIO 1 PERCIBIDO

MUNICIPIO	MUSEOS
LOS ALCAZARES	Museo Aeronáutico
CARTAGENA	Museo Arqueológico
	Museo Nacional Arqueología Marina
	Museo Militar
	Museo Naval
	Centro histórico fotográfico de la Región de Murcia
	Museo Regional de Bolillo
	Museo de Carruajes Zamar
	Museo de Carmen Conde y Antonio Oliver
SAN JAVIER	Museo de Historia local
	Museo de Belén
SAN PEDRO PINATAR	Museo Arqueológico Etnografico
	Colección-Museo del Mar
MUNICIPIO	SALA DE EXPOSICIÓN
CARTAGENA	Catedral Antigua
	Galería Bisel
	Galería de Arte Bambara
	Galerí Wsell
	Palacio Aguirere
	Parque de Artillería
	Sala de exposiciones Pedro Pedreño
	Sala Girarpe
	Universidad Popular
	Casino
SAN PEDRO PINATAR	Sala de Exposiciones La Caixa
	Centro filipino de La Manga
SAN JAVIER	Sala de Exposiciones Municipal

ESPACIO 2 CONCEBIDO

ESPACIO 3 VIVIDO

Las actividades y despalzamientos que generan en los turistas de La Manga hacia otros emplazamientos dentro del área funcional.



- TEATROS
- SALAS DE EXPOSICIONES
- CENTROS DE ARTESANÍA
- CENTROS INTERPRETACIÓN
- MUSEOS
- PALACIOS DE CONGRESOS
- RECINTOS FERIALES
- AGENCIAS DE VIAJES
- ALBERGUES
- COMERCIALES/OCIO
- CASINOS
- OFICINAS DE TURISMO
- INFORMACIÓN

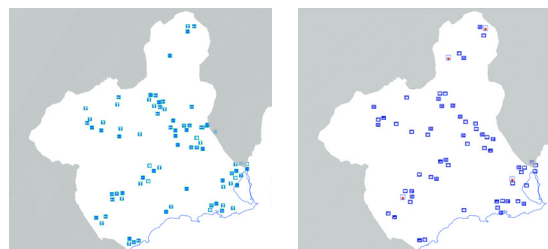
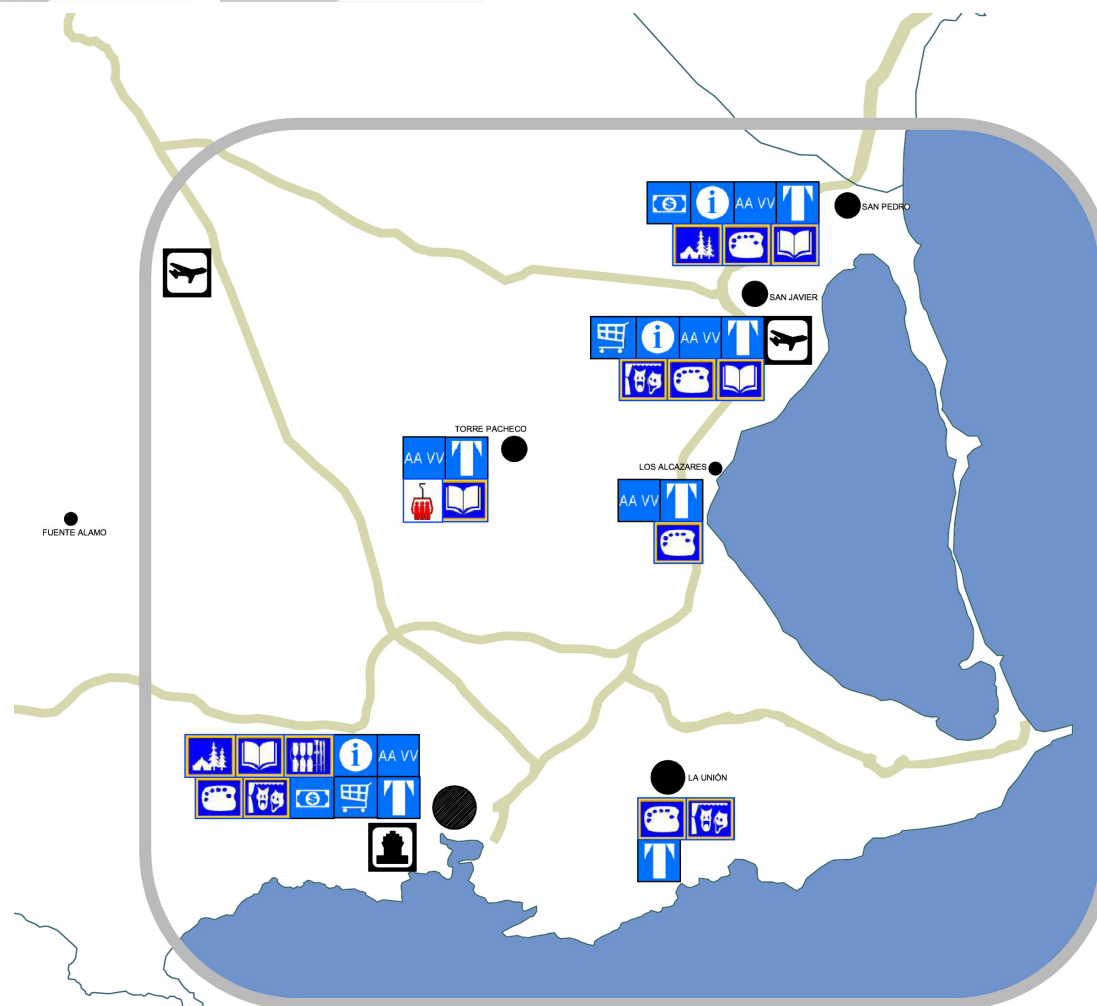


Figura 36. Distribución de los servicios turísticos (izquierda) y de los centros culturales y de ocio (derecha) en la Región de Murcia.

Figura 37. Emplazamiento de los servicios culturales, de ocio y turísticos en La Manga del Mar Menor y su área funcional. *Elaboración propia, datos Plan Director de Turismo de la Región de Murcia 2006.*



ESPACIO 1 PERCIBIDO

ESPACIO 2 CONCEBIDO

ESPACIO 3 VIVIDO

Los dos ejes mas importantes:

A) Autovía Cartagena-Madrid: competencia del. Su discurrir coincide en buena medida con lo que ha sido tradicionalmente el camino a Madrid, y que antes constituía la N-301. Desde la perspectiva regional cubre una doble misión: relación con el exterior, así continúa, desempeñando el papel de eje estructurante básico para los intereses regionales. La distancia Madrid-Cartagena, de unos 450 Km. exige, para salvarla un tiempo de aproximadamente cuatro horas de duración, manteniendo velocidades continuadas de viaje en torno a las cifras permitidas, y con niveles de circulación medios, lejos de la saturación.

B) Autovía del Mediterráneo: Igualmente se trata de otra vía de competencia estatal, con todo lo que ello representa. Su discurrir se produce a través del corredor Prebético, ya utilizado a lo largo de la historia como eje básico de comunicación por el territorio murciano. Su actual trazado, mediante la autovía en funcionamiento, lo hace por las proximidades de la N-340. La significación de este eje estructurante es clave para la Región.



Figura 38. Distribución de las Líneas Eléctricas en el Área de La Manga del Mar Menor y su área funcional.

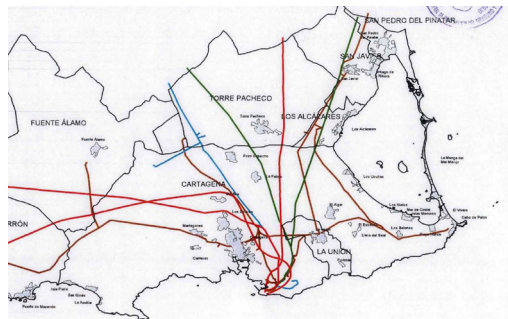


Figura 39. Principales vías de acceso rodado en el territorio de La Región de Murcia. *Elaboración propia.*

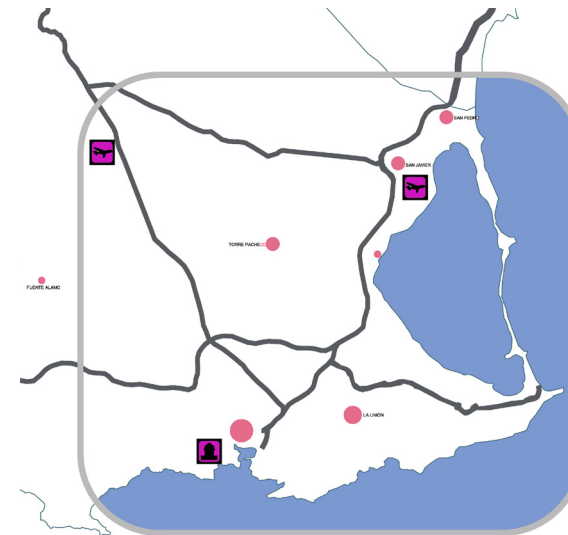


Figura 40. Principales vías de acceso rodado en el territorio de La Manga del Mar Menor. *Elaboración propia.*



Figura 41. Principales vías de acceso rodado en el territorio Español. *Elaboración propia.*

ESPACIO 1 PERCIBIDO

ESPACIO 2 CONCEBIDO

ESPACIO 3 VIVIDO

PLANES DE TURISMO:

- El Plan Director de Turismo de la Región de Murcia 2006-2012 .
- Plan Estratégico de Desarrollo de la Región de Murcia 2010-2015)

INSTRUMENTOS DE ORDENACIÓN TERRITORIAL DEL LITORAL:

- Directrices y Plan de Ordenación del Litoral. 2004.

INSTRUMENTOS DE PLANEAMIENTO GENERAL Y DE DESARROLLO MUNICIPAL

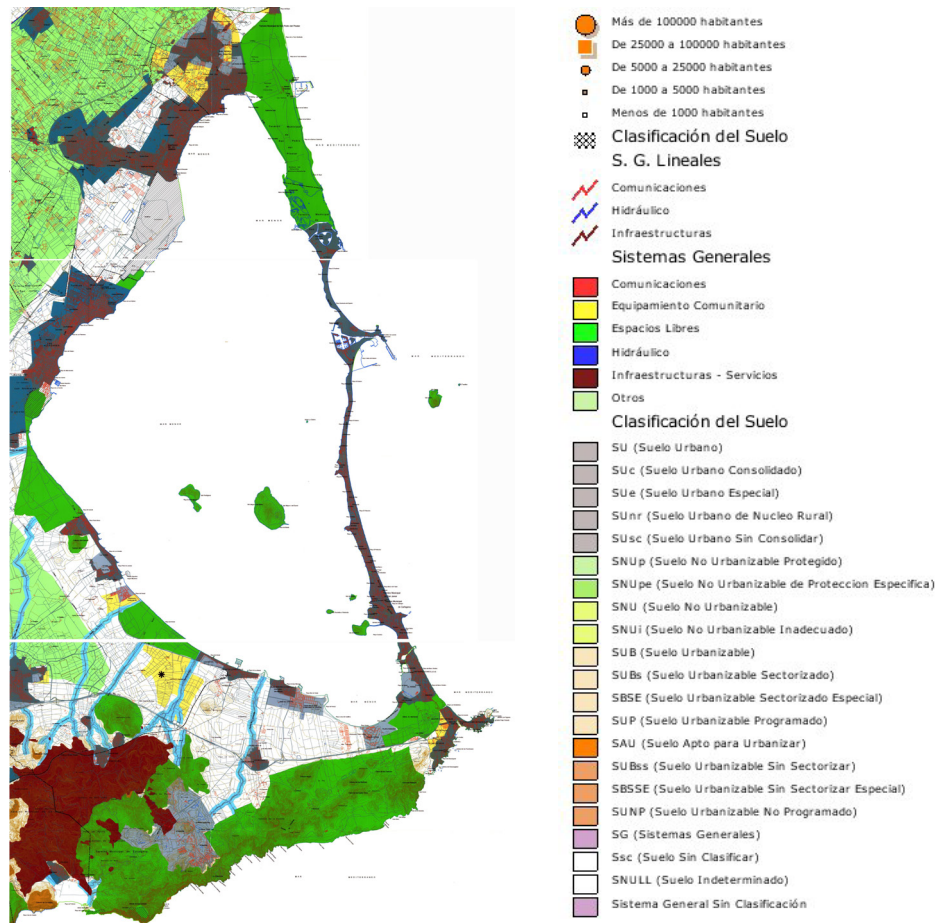


Figura 42. Sistema de Areas Protegidas. Plan de Ordenación Territorial del Litoral 2004. Consejería de Ordenación del Territorio Región de Murcia.

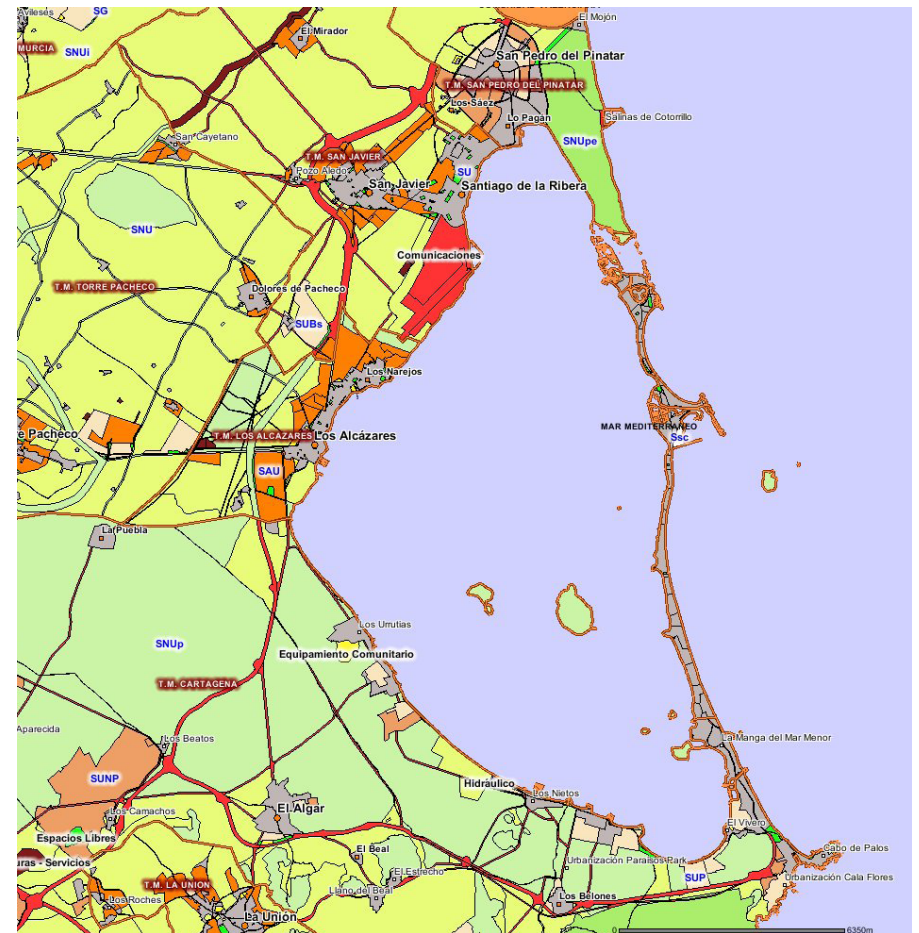


Figura 43. Planamientos Municipales vigentes. San Pedro del Pinatar, San Javier, Los Alcázares, Torre Pacheco y Cartagena. Suelo urbano (gris), Suelo No urbanizable Protegido (verde) y Suelo No Urbanizable (amarillo) y suelo Urbanizable (crema).

ESPACIO 1 PERCIBIDO

Se puede percibir alguna huella del Plan en los edificios construidos con el desarrollo del Plan.

ESPACIO 2 CONCEBIDO

Plan de ordenación de La Manga del Mar Menor redactado por Bonet Castella y Puig Torne en 1961:

Plan formado por un conjunto acabado de unidades que se desarrollaban de manera autónoma, aglutinando densidades y alturas para permitir una armoniosa relación con el paisaje, y del que sólo fue materializado por las primeras infraestructuras y edificaciones que antropizaron la lengua de arena.

Se proyectó un conjunto de urbanizaciones entre las cuales se requería de desplazamiento en automóvil. Una ocupación discontinua del territorio, concentrando la edificación en clústers de viviendas y equipamientos, organizados alrededor de torres de 21 plantas repetidos aprox. cada 1.2 Km. a lo largo de un eje vertebrador, mientras el paisaje preexistente se mantiene para distanciarlos y garantizar la escala humana interior del hábitat de segunda residencia.

ESPACIO 3 VIVIDO

El Plan Bonet se desvaneció con la edificación de proyectos inconexos, que no respetaban las determinaciones que el plan establecía ayudados por la coyuntura política y legislativa: las competencias urbanísticas recién siendo transferidas a las autonomías en una región de escasa tradición autonómica, la cual hizo que la responsabilidad urbanística delegase, en la práctica, a los ayuntamientos. Éstos provisto de las Normas Subsidiarias tuvieron un amplio margen de discrecionalidad; San Javier y Cartagena fueron cómplices de las aberraciones urbanísticas que durante la década de los 80 se ejecutarían en la península de la Manga.



SOCIEDAD
TECNOLOGIA
LEGISLACIÓN
HISTORIA

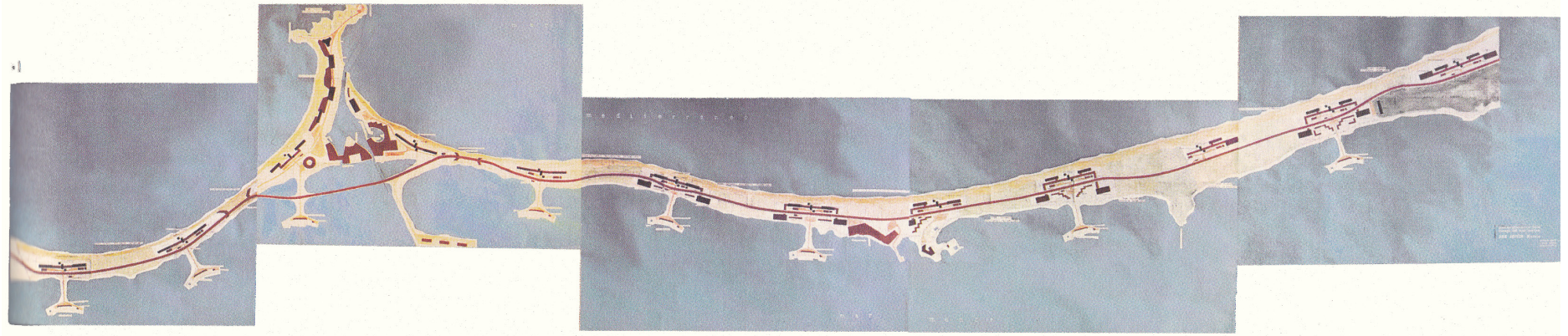


Figura 44. Planta General del Plan de la Manga de Bonet Castellana 1969.

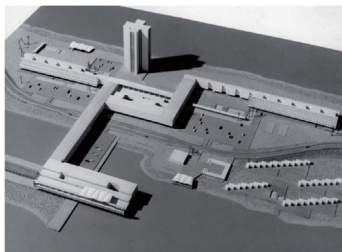


Figura 45. Núcleo tpo en formación de 1963.(arriba) Bonet y Puig Torne. Bloqu eescalonado 1961. Archivo COAC (abajo)



Figura 46. Plan de Bonet Castellana para La Manga. Maqueta del Plan Norte 1969



Figura 47 Plan Norte. Maqueta realizada en 1962.

ESPACIO 1 PERCIBIDO

Datos recogidos en la página de Murcia turística. es (de la Consejería de Cultura y Turismo de la Región de Murcia) el número de turistas total en la Región de Murcia , a lo largo del año 2011 es de 1.020.062 , de los cuales el 82% son españoles y el 18 % extranjeros. Las pernoctaciones en ese mismo año ascendieron a 2.678.471 y son proporcionales a la procedencia de l turista (nacional o extranjero).

Según el territorio dentro de la región: el 47 % de los turistas visitaron Las ciudades (Murcia, Cartagena y Lorca) , el 40% ejercieron un turismo de costa y el 13% un turismo de interior.

Dentro del turismo de costa , 37 % de los turistas españoles y 40% de los turistas extranjeros realizaron el 53 % de las pernoctaciones (60% de las pernoctaciones extranjeros y 53% de las pernoctaciones españolas).

El 81% del turismo de costa se desarrollo entre La Manga (el 33%) y el Mar Menor (48%) , albergando los otros 2 núcleos turísticos sólo el 10 % del turismo Mazarron y Aguilas.

La costa sin embargo se lleva el 55% de las pernoctaciones de la region, 60% de las pernoctacioens totales de extrangeros en la region y 53 % e las pernoctacioens totales de españoles.

ESPACIO 2 CONCEBIDO**ESPACIO 3 VIVIDO**

(continúa en la página siguiente)



TURISTAS PROCEDENCIA: GASTO

- Cataluña: L= 699 Km, 112 euros / 7 días, 50% T.E.
- País Valenciano: L=518 Km, 71 euros / 12 días. 19% T.E.
- **Murcia: L=274 Km, 72 euros / 13 días. 2% T.E.**
- Andalucía: L=910 Km, 90 euros / 11 días. 25% T.E.

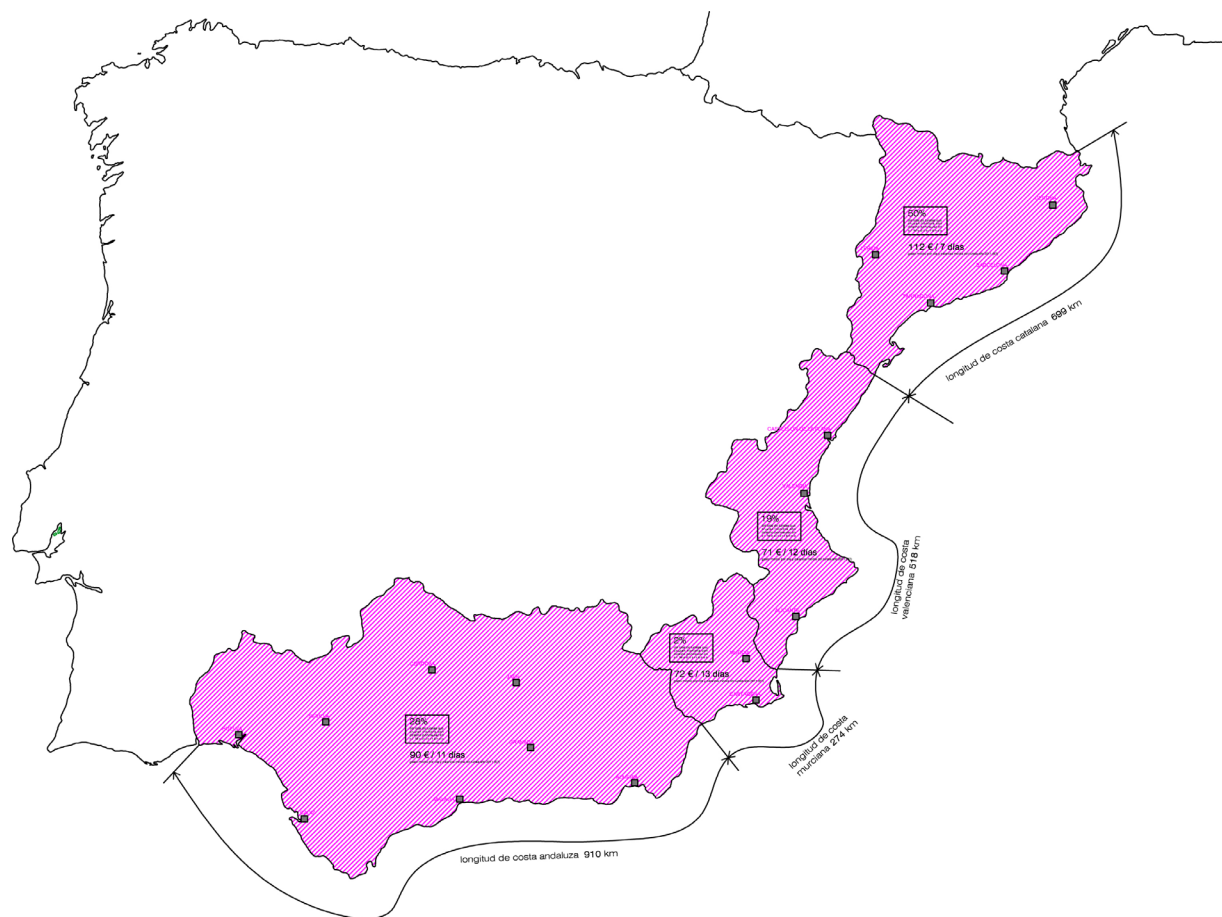


Figura 48. Longitudes de costa de las regiones mediterráneas peninsulares. Gasto y estancia media. Porcentaje de turistas extranjeros que acoge cada region. *Elaboración propia ,datos: Instituto de Estudios Turísticos.*

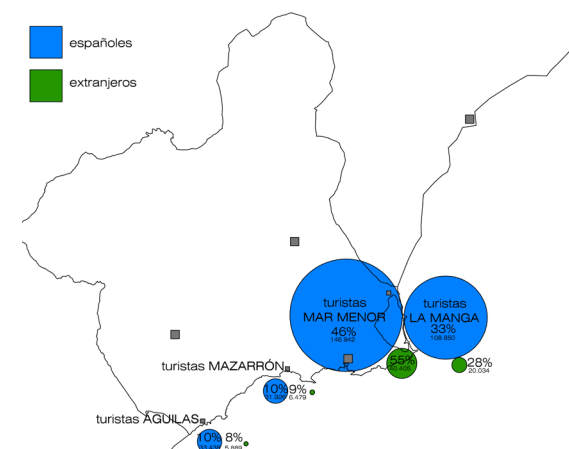


Figura 49. Distribución y porcentaje turistas (españoles y extranjeros) en la Región de Murcia. *Elaboración propia. Datos Centro Regional de Estadística de la Región de Murcia y Consejería de Cultura y Turismo .*

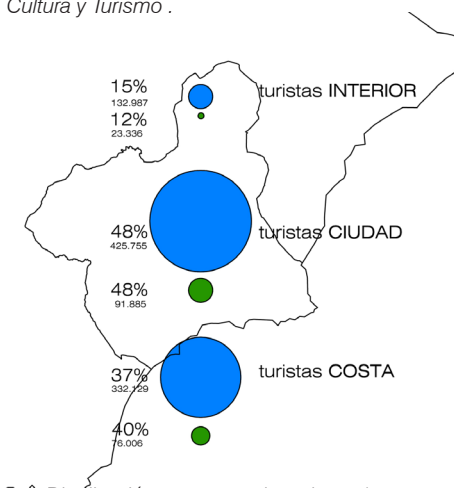


Figura 50. Distribución y porcentaje turistas (españoles y extranjeros) En la **costa** de la RM. *Elaboración propia ,Datos Centro Regional de Estadística de la Región de Murcia y Consejería de Cultura y Turismo .*

ESPACIO 1 PERCIBIDO

Dentro de este 55 % de porcentaje las pernoctaciones en la manga (47) y el mar menor (39) suman el 86 % de las pernoctaciones de la costa, es decir la gran mayoría se centran en la costa del norte. 316.000 tursitas (255.500 españoles y 60.500 extranjeros).

De los 170 km de costa se concentra en los 30 primeros kilómetros. Los tursitas que disfrutan de la costa murciana son en mayor porcentaje de la propia región, un 24%, seguidos de los madrileños un 23%. De la comunidad valenciana, andaluces, ingleses, de castilla la mancha y catalanes. Por lo que los accesos se producen mayoritariamente en la vía A-30 casi el 44% de las tursitas, por la A7 hacia el norte el 21% de los turistas, A7 por el sur el 11% y los ingleses vía aeropuertos.

Los turistas extranjeros no visitan mucho la región. El 41% son del Reino Unido principalmente, el resto de extranjeros son de procedencias variadas (7% alemanes, 6% franceses, 4% de italianos, 4% de Portugal, 3% de Estados Unidos, 3% de Suecos más otras procedencias casi no representativas. El 88.2% de los pasajeros que llegan en compañía de bajo coste con destino Región de Murcia es de procedencia Reino Unido.

ESPACIO 2 CONCEBIDO**ESPACIO 3 VIVIDO**



TURISTAS VIAJE ESPACIO -TIEMPO

Figura 51. Principales espacios emisores de turistas de la Región de Murcia. Porcentajes de turistas, distancia a destino medida en tiempo y distribución de las vías de acceso: Madrid (23%) + Comunidad manchega (7%): A-30; Cataluña (6%) y País Valenciano (15%): A7, Andalucía(11%): A7 y UK (8%) vuelo aéreo. *Elaboración propia.*

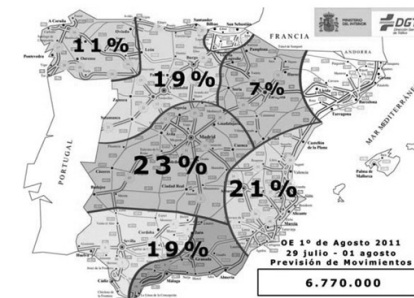
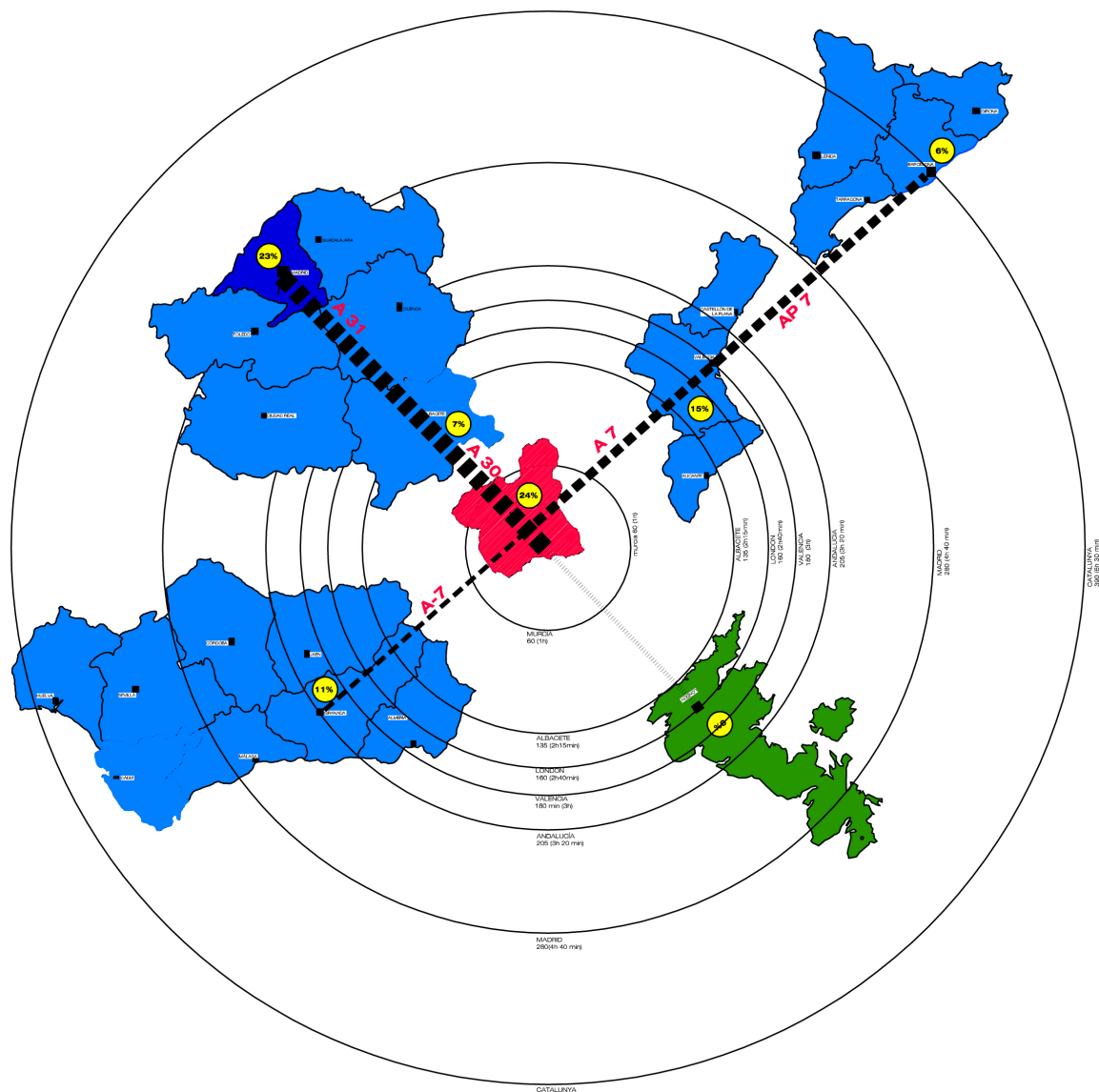


Figura 52. Porcentajes de la previsión de desplazamientos rodados nacionales en el mes de agosto de 2011. Fuente: dirección General de Tráfico.

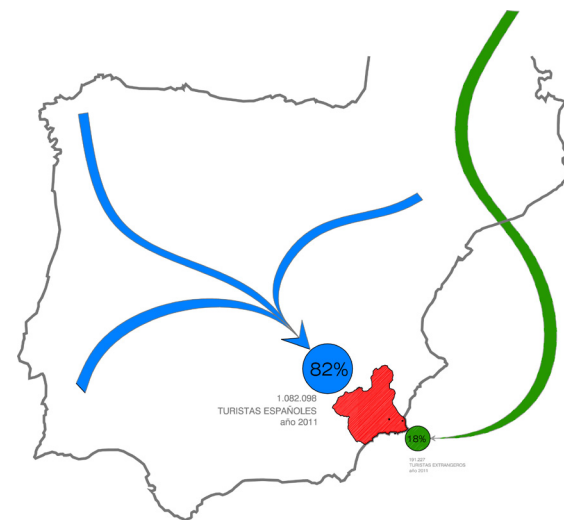


Figura 53. Porcentajes de tusitas extranjeras y nacionales que vistan la Región de Murcia. *Elaboración propia.*

ESPACIO 1 PERCIBIDO

Salida: Murcia, centro
[Ver el mapa](#)

1  Girar a la izquierda : **A-30**
[Ver el mapa](#)

1 km 00h02

39 km 00h27

2  Girar a la derecha : **AP-7** en dirección:
AP-7

AP-7
E-15 -
LA MANGA
ALMERÍA
SANTA ANA
LOS DOLORES

39 km 00h27

Continuar en: **AP-7** en dirección:
AP-7 **AP-7**

E-15 -
LA MANGA
ALICANTE
E-15 -
VERA
ALMERÍA

40 km 00h28

 Girar a la derecha en dirección:
AP-7 **AP-7**

434 km 04h33

Continuar en: **AP-7** en dirección:
AP-7 **AP-7**

E-15 -
LA MANGA
ALICANTE
E-15 -
VERA
ALMERÍA

436 km 04h34

 Girar a la derecha en dirección:
AP-7 **AP-7**

E-15 -
LA MANGA
ALICANTE
E-15 -
VERA
ALMERÍA

436 km 04h34

Continuar **AP-7**

447 km 04h41

3  Seguir todo recto
[Ver el mapa](#)

447 km 04h41

Tomar **MU-312**

447 km 04h42

Continuar en: **MU-312**

448 km 04h43

Continuar en: **MU-312**

456 km 04h09

Continuar en: **MU-312** en dirección:
LA MANGA

467 km 04h59

4  Entrar en La Manga del Mar Menor
[Ver el mapa](#)

467 km 05h00

ESPACIO 2 CONCEBIDO

ESPACIO 3 VIVIDO

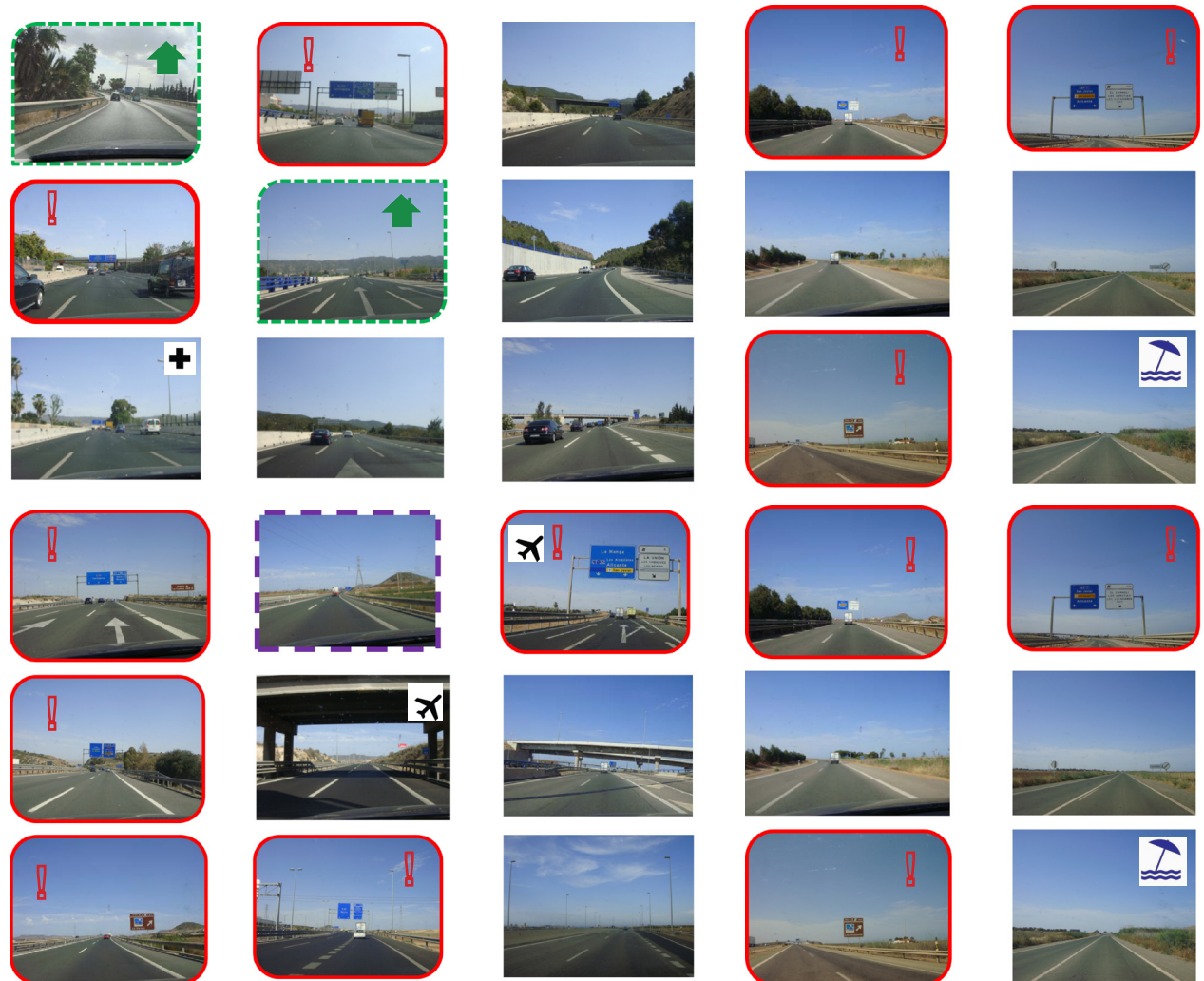


TURISTAS VIAJE ESPACIO -TIEMPO

Figura 55. Representación del viaje turístico que une la ciudad de Murcia con La Manga del Mar Menor; se desarrolla a largo de la autovía A-30, un tramo de la autopista AP-7 finalizando en la carretera desdoblada MU-312. Se señalan las poblaciones, informaciones, equipamientos.



Figura 54. Situación en el territorio de las principales autovías y autopistas de acceso a La Manga del Mar Menor .



ESPACIO 1 PERCIBIDO
ESPACIO 2 CONCEBIDO
ESPACIO 3 VIVIDO
PUNTOS FUERTES LA MANGA

- Buen acceso.
- Campo de prácticas para golf (pitch & putt de Veneciola)
- Gran oferta deportiva náutica (vela, windsurf, submarinismo, etc).
- Localización de las playas más extensas del litoral.

PUNTOS DEBILES

- Dificultades para aunar criterios por parte de los dos ayuntamientos para prestar servicios homogéneos.
- Problema de accesibilidad vial interno.
- Carencias en transporte público, servicios municipales (polideportivos, jardines), saneamiento, infraestructuras (paseos marítimos).
- Impacto urbanístico muy acusado por la densidad de construcción.
- Insuficiente mantenimiento, limpieza, equipamiento, etc en playas, especialmente fuera de época estival.
- Falta de una mayor oferta complementaria, localizada dentro de La Manga.
- Falta de infraestructuras en línea de costa (paseos marítimos).

PRODUCTOS

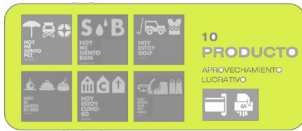


Figura 56. Imágenes de las películas con La Manga de escenario: "En un lugar de la Manga" (1970) y "La Vida Sigue Igual" (1969)

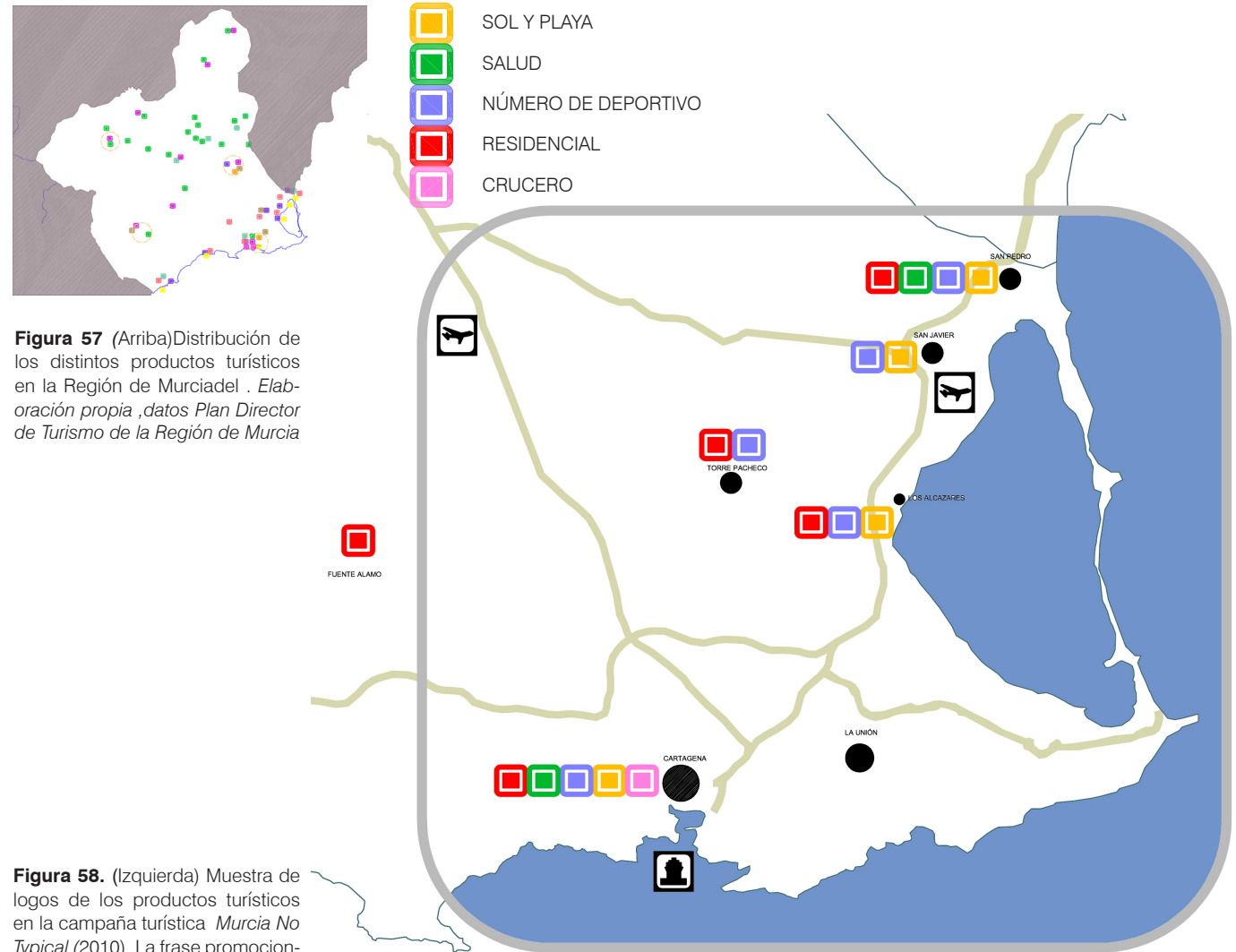


Figura 57 (Arriba) Distribución de los distintos productos turísticos en la Región de Murcia. *Elaboración propia, datos Plan Director de Turismo de la Región de Murcia*

Figura 58. (Izquierda) Muestra de logos de los productos turísticos en la campaña turística *Murcia No Typical* (2010). La frase promocional incorpora la idea de la individualización vivencial del turismo.

Figura 37. Emplazamiento de los productos turísticos en La Manga del Mar Menor y su área funcional. *Elaboración propia, datos Plan Director de Turismo de la Región de Murcia 2006.*

ESPACIO 1 PERCIBIDO**ANÁLISIS TURISMO DE SOL Y PLAYA**

- Apreciable número de kilómetros de playa.
- Zonas de playa vírgenes
- Espacios costeros protegidos.
- oferta de alojamiento turístico en el litoral con capacidad suficiente respecto a la demanda turística que se genera.
- Existencia de la Estación Náutica de la Manga del Mar Menor como proyecto pionero que ha servido de precedente en otros destinos costeros.
- Existencia de un desarrollo urbano masificado en La Manga del Mar Menor que puede afectar a la imagen del espacio turístico como destino de calidad.
- Falta de acciones en playas, como por ejemplo paseos marítimos, que ayuden al desarrollo de la actividad turística y económica del litoral.
- Problemas de transporte y tráfico en La Manga. Fuerte congestión de tráfico rodado y escasez de licencias para el transporte público durante los meses vacacionales.

ESPACIO 2 CONCEBIDO**ANÁLISIS TURISMO DE SOL Y PLAYA**

- Destino reconocido nacional e internacionalmente por el enclave turístico de La Manga del Mar Menor.
- pérdida de la reconocida marca turística que define el litoral de la Región de Murcia "Costa Calidad".

ESPACIO 3 VIVIDO**ANÁLISIS TURISMO DE SOL Y PLAYA**

- Genera un movimiento turístico estacional, concentrado en el periodo estival.
- Ausencia de manifestaciones culturales en La Manga (eventos, festivales, programación en cines, etc) fuera del estío. Baja calidad ambiental de algunas playas.
- No existen folletos promocionales exclusivamente de las playas y calas de la región, acompañado de las rutas para llegar a las calas con mayor atractivo medioambiental.

PRODUCTOS

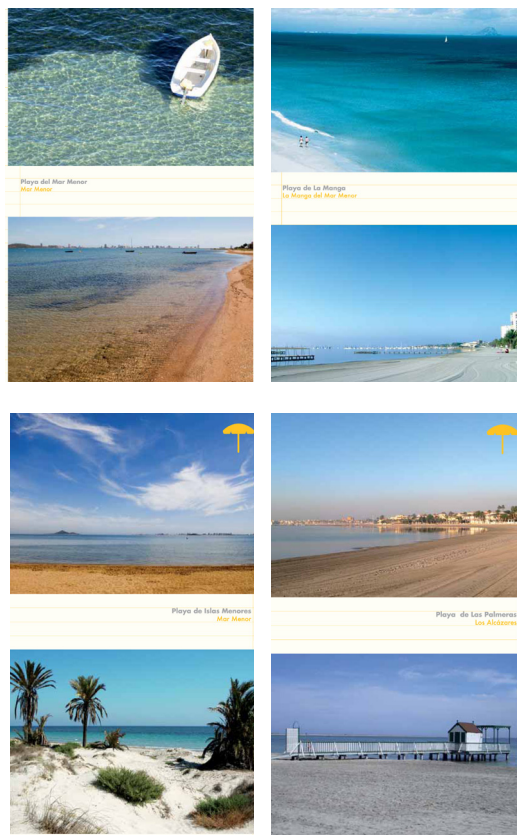


Figura 60. Imágenes promocionales de La Manga del Mar Menor. Campaña Murica No Typical 2010.



Figura 61. Situación a lo largo de la costa de la Región de Murcia de los cuatro emplazamientos del producto Sol y Playa.

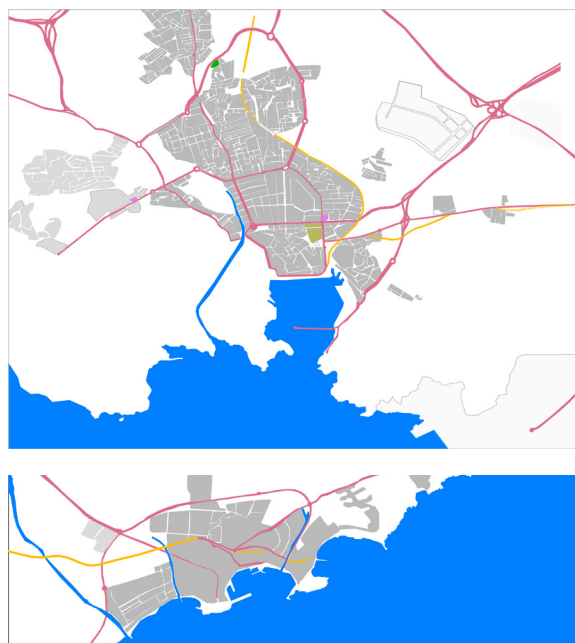


Figura 62. Plantas del tejido urbano de Cartagena (arriba) y Águilas (abajo) ambas poblaciones desarrollan el producto Sol y Playa, junto con otros productos en el caso de Cartagena. Fuente: *Elaboración propia.*

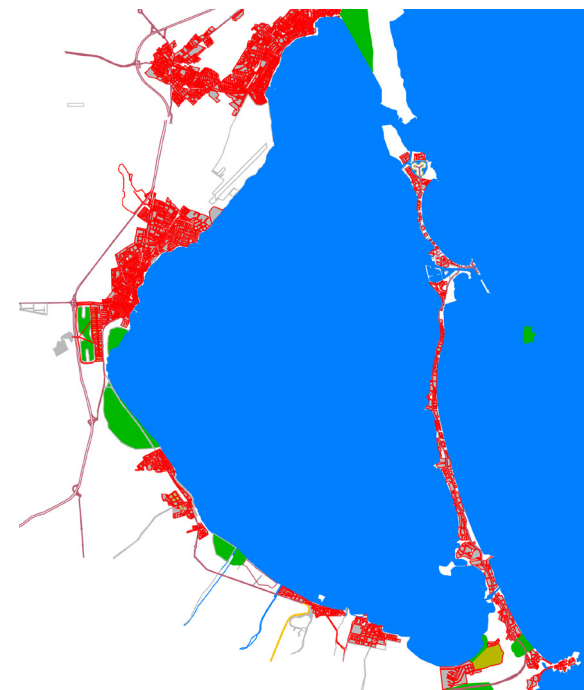


Figura 63. Plantas del tejido urbano de La Manga del Mar Menor donde se desarrolla el producto Sol y Playa. Fuente: *Elaboración propia.*



Figura 63. Plantas del tejido urbano de Mazarrón donde se desarrolla el producto Sol y Playa. Fuente: *Elaboración propia.*

ESPACIO 1 PERCIBIDO

En la ciudad turística la escena urbana como condición de espacio de producción. Lo que realmente se están vendiendo no son no hoteles, ni tiendas , ni bares, sino la ciudad en conjunto , que convertida en producto debe cumplir con la exigencia que deriva de tal condición : eficacia en los resultados pero también calidad en la presentación.

ESPACIO 2 CONCEBIDO

El espacio concebido de La Manga deriva de la imagen promocional de los años 80. en la actualidad no hay una imagen mediatizada que le añada valor al lugar.

La estructura del lugar crada desde la percepción del coche o desde el avión que aterriza en San Javier se mantiene en la expeiencia turística.

ESPACIO 3 VIVIDO

Las imágenes que mejor recogen las actividades y acontecimientos son la de los percibidas de los turistas, reflejo de la importancia de los acontecimientos (puestas de sol) flujos de gente, de coches, de barcos, las actividades y los recorrdis, etc.



Figura 65. Conjunto de Imágenes percibidas por turistas y compartidas en la página web FLICKR de Yahoo.

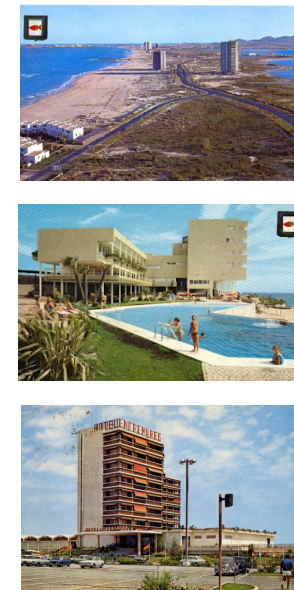
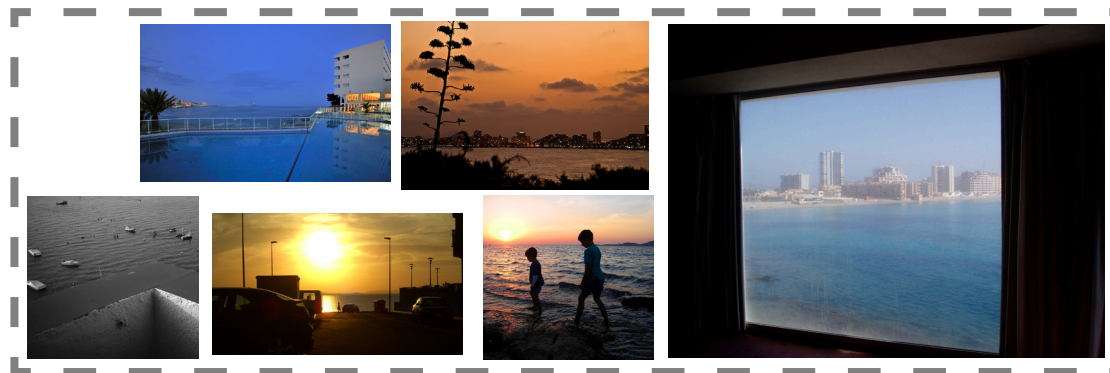


Figura 66. Conjunto de imágenes del espacio turístico actual de La Manga del Mar Menor.

Figura 67. Conjunto de postales de los años 70 con la arquitectura de los primeros edificios como protagonista. Eran imágenes promocionales que se convirtieron en universales.

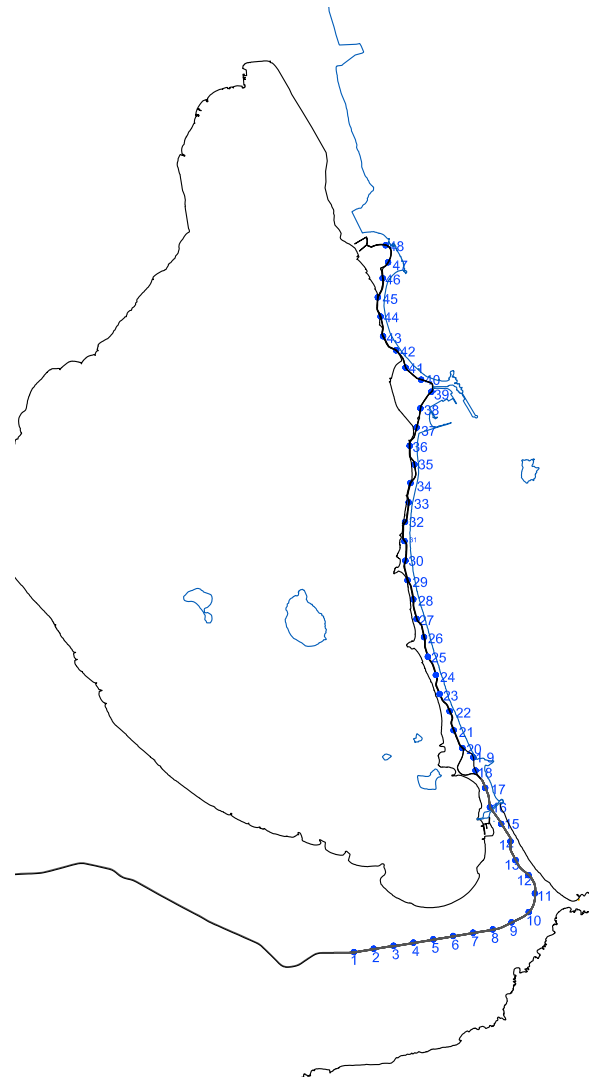


Figura 68. Planta emplazamiento.
Puntos de observación cada 500 metros

Figura 69. LEGIBILIDAD Y PERCEPCIONES RECORRIDO
Muestra representativa de los puntos de observación del 1 al 29





Figura 70. LEGIBILIDAD Y PERCEPCIONES RECORRIDO .
Muestra representativa de los puntos de observación del 30 al 48.



Figura 73. Vista aérea de La Manga del Mar Menor, desde las Salinas de San Pedro del Pinatar, al norte (derecha de la imagen) a Cabo de Palos, al sur (izquierda de la imagen). *Origen ; Bing imágenes*



INTENSIDAD DE RECORRIDOS / USUARIOS
 BARRERAS A ACCESIBILIDAD LONGITUDINAL
 ACCESIBILIDAD TRANSVERSAL
 BARRERA A ACCESIBILIDAD TRASVERSAL
 ESPACIO LONGITUDINAL PRINCIPAL

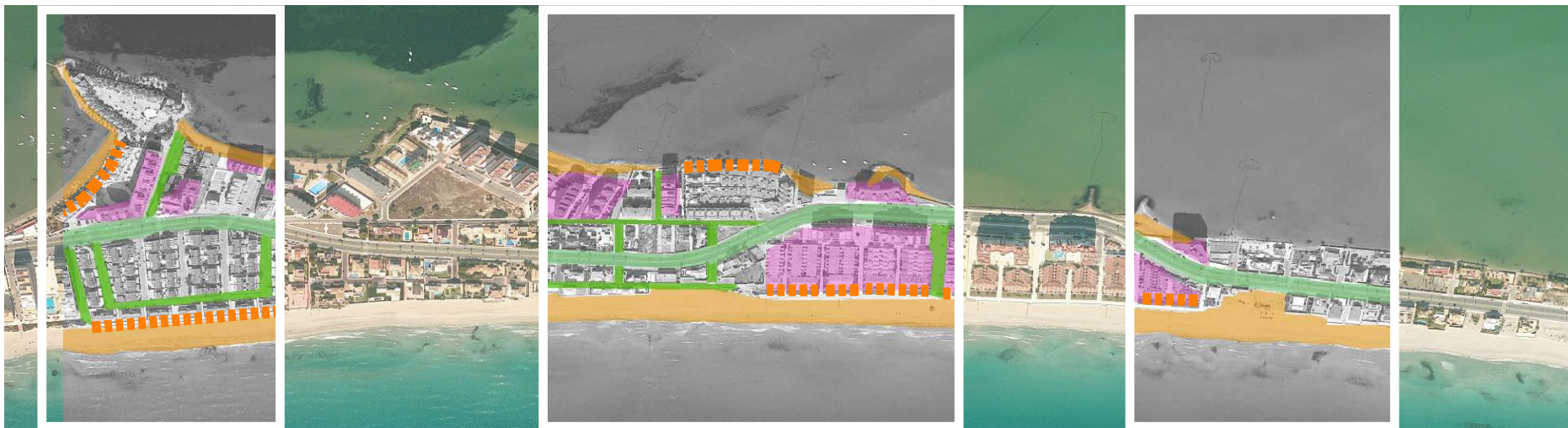


Figura 71. Fragmento del espacio turístico de La Manga del Mar Menor. *Origen : Bing Imágenes.*

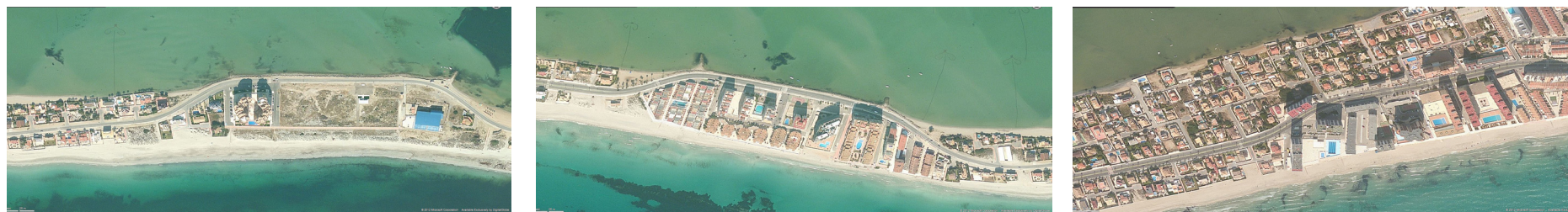


Figura 72. Planta de fragmentos del espacio turístico. Espacio público, privado, usos, acceso rodado, acceso a playa, visuales, concentraciones de uso residencial. *Origen : Bing Imágenes.*

13.....RESULTADOS CARTOGRAFÍAS DE LA MANGA DEL MAR MENOR

Al agrupar los resultados analizados según la dialéctica espacial se va conformando una cartografía perceptual, una cartografía conceptual y una cartografía de la experiencia del espacio turístico de La Manga del Mar Menor.

El resultado no es una cartografía conclusa sino que está abierta a acoger de manera ordenada los aspectos que necesiten ser completados a raíz del análisis realizados o de actualizaciones en el devenir del territorio y de la sociedad que lo habita turísticamente; se trata de una cartografía flexible.

La aproximación al estudio del espacio siguiendo el orden del proceso turístico y no una acercamiento geográfico (tradicionalmente de mayor a menor escala) ha puesto en evidencia que muchos de los elementos que configuran el espacio turístico de la Manga del Mar Menor no se emplazan allí. Los atractivos culturales de Cartagena, la autovía desde Madrid, los centros de transformación de alta a media tensión o los deseos de los ingleses no son competencia municipal, frente a ser quien, por la práctica, parece albergar la capacidad decisión sobre el futuro turístico del lugar.

Además esta aproximación procesual (no geográfica) permite distinguir, comparar y analizar qué fases y elementos son comunes a varios productos turísticos emplazados en el territorio de muestra. Si el *producto náutico* y el *producto sol* y

playa desarrollados en La Manga y el Mar Menor se basan en los mismos recursos naturales como materia prima, se accede con los mismos viajes turísticos y la misma campaña de promoción, la diferencia de rentabilidad entre uno y otro aísla en los servicios las diferencias. Si comparten estructuras físicas (edificios residenciales, alojamientos hoteleros, espacio público) quizás sean sus usos, actividades o contenidos los que provoquen su distancia lucrativa.

A la vez y complementariamente la cartografía realizada recoge la comparación entre el mismo *producto sol y playa* de La Manga con el mismo producto en la población más meridional de Mazarrón, que incluso es menos productivo. Ambos ofrecen el mismo tipo de servicios: la misma arquitectura residencial, el mismo urbanismo, igual desarrollo turísticos con usos similares, por lo que la metodología responde que las fases del proceso no concurrentes son la accesibilidad y los recursos atractivos .

Por otra parte la interrelacionada caracterización dialéctica facilita la comprensión de la complejidad del espacio. El ensayo con la Manga ha corroborado que la realidad está construida con elementos materiales y conceptuales, ambos influyen en la experiencia del usuario. La procedencia de los turistas muestra que los únicos que validan simbólicamente los servicios ofertados son los

Espanoles pese a la excepcionalidad de los recursos naturales que dispone el lugar turístico.

Al aplicar la mencionada metodología sobre el Plan del 1961 de Bonet Castellana se le dota de más peso conceptual que percibido. Ello permite entender por qué la forma edificada de la Manga no mantiene casi nada aquel plan, salvo algún edificio construido. La respuesta es que nunca *fue*, sino que forma parte de *lo que quiso ser*. En consecuencia éste se deberá comparar con los planes de urbanismo actual que hablan también de imágenes conceptuales perseguidas y que condicionarán sólo indirectamente la forma construida.

También es interesante el cambio de enfoque realizado en el análisis de los alojamientos residenciales. Es el clásico estudio de la trama urbana edificada dentro la disciplina urbanística que sin embargo esta investigación lo analiza como un servicio turístico que complementa a los recursos naturales para conformar un producto. Las cartografías emergen datos materiales (densidad edificatoria, alturas, ocupación del suelo, distancias, materiales, colores) datos conceptuales (imágenes, símbolos y significados) y datos de las experiencias que éstos permiten (vistas en altura a los dos mares, facilidad y accesibilidad a la playa, densidades de encuentro social) que se ponen en relación a los demás

elementos del proceso, no se aíslan de los datos sociales y económicos como es práctica habitual de la disciplina turística frente a los urbanística.

La cartografía de la experiencia ha permitido relacionar tanto los acontecimientos como la experiencia subjetiva. El paisaje de la Manga ha podido ser reflexionado desde su interior, aspecto totalmente olvidado en plan de ordenación territorial que preserva las visuales desde el perímetro del Mar Menor con La Manga como plano del fondo; se observa el espacio turístico desde afuera de la experiencia espacial.

Especial mención merece la identidad del paisaje turístico de La Manga que deriva de la identidad cultural, del saber emocional colectivo relacionado con el destino en los años 80, sus años promocionales como destino (asociada con películas de Manolo Escobar y Julio Iglesias). El espacio turístico carece en la actualidad de una imagen icónica mediatizada para su comercialización turística, que genere capacidad de atracción y agregue valor simbólico al destino. Las imágenes promocionales inducidas por la Consejería de Turismo de la región recogen paisajes naturales de playas desiertas que contrasta con las imágenes percibidas por los turista en sus vacaciones que coleccionan escenas de acontecimientos en escenarios tanto antropizados como naturales.

14.....DISCUSIONES Y CONCLUSIONES



Figura 74. Detalle cerramiento piscina enfrente del Mar Mayor

Cabe por último recordar que el cometido de la presente investigación no ha sido confeccionar un atlas completo y exhaustivo del espacio turístico de la Manga del Mar Menor y su área de influencia. Pese a ser un interesante proyecto no es abarcable dentro de la extensión de este estudio. Lo que se ha pretendido es el ensayo de la metodología propuesta para su evaluación.

La investigación se inició por la dificultad de caracterizar el territorio turístico. El estudio del proceso estableció la diferencia entre los territorios emisores (que albergan recursos, servicios, infraestructuras, sociedad) y los espacios turísticos: planos de relación entre lo local y lo global, a donde el turista se desplaza para encontrarse con la oferta. Es un espacio complejo que necesita ser estudiado con especificidad pero que sin embargo dispone de un marco disciplinar bastante escaso.

Se ha propuesto una metodología específicamente turística que facilita la lectura del territorio y su paisaje para la reflexión y la proyección. Su especificidad se logra al establecer un orden según la lógica seguida por el proceso turístico. Con ello se generan lecturas alejadas de las habitualmente realizadas para la ciudad convencional y que se distancian de las aproximaciones territoriales realizadas siguiendo un cambio de escala.

A esta aproximación procesual se la enriquece con la caracterización espacial trialéctica combinación de tres modos distintos de estudio interrelacionados: espacio material, conceptual y de la experiencia. Con ello la metodología logra emerger con soltura tanto aspectos formales o morfológicos como procesuales o dinámicos de la especificidad espacial, parámetros de la realidad como la temporalidad, la percepción, el recorrido, la legibilidad del espacio y el territorio como producto de consumo; el ensayo en La Manga lo demuestra.

La triada espacial no es una aportación propia de este estudio: Foucault, Lefebvre y Soja la confeccionaron como teoría del urbanismo social postmodernista, e incluso la influyente arquitecta paisajista Rosa Barba se apoyó en ella para teorizar sobre el paisaje. Sin embargo el logro de la presente investigación es haber intuido, adaptado y utilizado la triadística para el estudio del espacio turístico, por su gran adecuación. La demostrada importancia de los valores simbólicos en el proceso turístico y el valor que adquiere la experiencia para hacer efectivo el modelo claman ser puestos en relación con los parámetros físicos del espacio que permitan su holístico entendimiento; combinación facilitada por la metodología del triple estudio espacial.

Así, esta aproximación no pretende un estudio

territorial del turismo, sino que es una relación de elementos articulados del proceso turístico, algunos de ellos urbanísticos, arquitectónicos y otros paisajísticos, no necesariamente emplazados en el mismo lugar.

La metodología desarrollada no es inerte, es un marco flexible que establece una relación entre los parámetros ordenada y significativa. El dinamismo del método estimula la incorporación de nuevas lecturas de la realidad, como la cartografía subjetiva.

Se propone un marco de estudio reproducible en cualquier situación donde se dé el proceso turístico desarrollado en las páginas precedentes y que genere todo tipo de producto y en toda ubicación geográfica y social.

A partir de este estudio ella se podrían aplicar en distintos y variados espacios turísticos para poder generar modelos de aplicación.

Las cartografías de la percepción, los mapas mentales y las cartografía de la experiencia turística se pueden encargar de estudiar los significados y las representaciones discursivas del espacio turístico para obtener un conocimiento útil y práctico, que podamos utilizar no sólo para comprender el espacio turístico sino también para mejorarlo.

15 FUENTES DE INFORMACIÓN

- Antón Clavé, S., González Reverté, F.; “A propósito del turismo. La construcción social del espacio turístico” Editorial UOC, Barcelona 2007.
- Armengol, F.; “Turismo y Ordenación Territorial” Quaderns “Territorio y Ocio: Infiltraciones”, nº 195 , pág. 110-pág. 112, año 1992.
- AA.VV.: La arquitectura del Sol, COAs. de Cataluña, Comunidad Valenciana, Baleares, Murcia, Almería, Granada, Málaga y Canaria, 2002.
- Augé, M.; “Los no lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad”, Gedisa, Barcelona 1996.
- Banchini, S., Falcón, L., “La democratización del hedonismo. Topografías Turísticas en España” Catálogos de Arquitectura nº18, pág.36- pág.39, Murcia, 2006.
- Barbà Casanovas, R., Pie i Ninot, R.; “Arquitectura y Turismo. Planes y Proyectos” Centre de recerca i projectes del paisatge CRPP, Departamento de Urbanismo y Ordenación del Territorio UPC, Barcelona 1996.
- Blasco Peris, A.; “Tipologías Turísticas: un análisis de las distintas modalidades turísticas y de su impacto en el medio y en la sociedad de acogida”, Xarxa d’Escoles de Turisme: Serveis de Publicacions de la Universitat de Girona , 2006.
- Borja, J.; “ Revolución y contrarrevolución en la ciudad global. Las expectativas frustradas por la globalización de nuestras ciudades” Revista eure (Vol. XXXIII, Nº 100), pp. 35-50. Santiago de Chile, diciembre de 2007.
- Bru, E.; “Coming from the south”, Actar, Barcelona, 2001, pp. 37
- Castells, M.; “The City and the Grass Roots”, Alianza, Madrid 1983,(p. 4)
- Consejería de Turismo y Ordenación del Territorio. Dirección General de Ordenación del Territorio y Costas. (junio de 2004) “Directrices y Plan de Ordenación Territorial del Litoral de la Región de Murcia”. BORM
- Consejería Turismo, Comercio y Consumo de la Región de Murcia (2006). “Plan Director de Turismo de la Región de Murcia 2006-2012”. BORM

- Consejería de Cultura y Turismo (11 de marzo de 2011) "Estrategias de Desarrollo turístico de la Región de Murcia 2010-2015".BORM
- Gausa, M.; "El espacio turístico: paisaje al límite". Docomomo - Registro Iberico 1927-1965, pág 292-pág 299, Barcelona, 1996.
- Gausa, M.; "Diccionario Metápolis Arquitectura Avanzada" Actar, Barcelona, 2001.
- Gausa, M.; "Estratègies Multicapa. HiperCatalunya : territoris d' investigació" , Iaac Metápolis, Institut d'arquitectura avançada de Catalunya, Barcelona :2003
- Ghel, J.; "La humanización del espacio urbano. La vida social entre edificios" , Editorial Reverté, Barcelona 2006.
- Gil de Arriba, C.; "Ciudad e Imagen" Universidad de Cantabria, Santander 2002.
- Guzmán Ovares, M.; "El espacio urbano y las relaciones sociales: una mirada a las teorías de Edward Soja" Revista Comunicación vol.16 numero 002. pag 36-42 Instituto Tecnológico de Costa Rica 2007.
- Intelligent Coast (Banchini, S. , Gausa, M., Falcón, L.) dirigiendo el I Symposium: Tourism XXL TheEuropean Megalopolis" Barcelona 2007 <http://www.intelligentcoast.org/videoosimposiointernacional.html> (consultado el 23 de abril de 2012)
- Intelligent Coast (Banchini, S. , Gausa, M., Falcón, L.) dirigiendo el II symposium: "Tourism XXL Innovación urbana de las metrópolis turísticas europeas" Barcelona 2009 http://www.intelligentcoast.org/sim_day1_index.html (consultado el 23 de abril de 2012)
- Instituto de Estudios Turísticos, Gobierno de España. <http://www.iet.tourspain.es/es-ES/Paginas/default.aspx> (Consultada: 1 /03/2012)

- Iribas, J.M. "Evolución de las rutinas del espacio; las diferentes tipologías turísticas" en "Arquitectura Moderna y Turismo: 1925-1965" Actas IV congreso fundación DOCOMOMO Ibérico, valencia 6/7/8 de noviembre de 2003.
- Iribas, J.M. "Benidorm manual de uso" en "VIA arquitectura", nºO1V, pág.67- pág.73,COAV Valencia, 1997.
- Koolhaas, R., "Espacio Basura" Distorsiones Urbanas, La Casa Encendida, Madrid 2006.
- Koolhaas, Rem. "Conversación con estudiantes", Ed. Gustavo Gili, Barcelona 2002.
- Koolhaas, R., "La ciudad genérica" Gustavo Gili, Barcelona 2006.
- Lynch, K.;" La imagen de la ciudad" Gustavo Gili, Barcelona 1998.
- Muñoz, F.;"Urbanalización. Paisajes comunes, lugares globales" Gustavo Gili, Barcelona 2008.
- Pié i Ninot,R., Rosa Jiménez, C.J.; "Turismo Líquido" Universidad de Málaga y Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Málaga, 2009. www.altour.uma.es (consultada: 1/03/2012).
- Soja, E.W.; "Postmetrópolis. Estudios críticos sobre las ciudades y sus regiones" Traficantes de Sueños, Madrid 2008.
- Venturi, R., Scott-Brown, D., Izenour, S.;" Aprendiendo de Las Vegas: El simbolismo olvidado de la forma arquitectónica" Gustavo Gili,Barcelona,1998.
- Vera, Rebollo J.F. (coordinador), Anton Clavé, S., López Palomeque F., Marchena, M.J.; "Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos", Tirant lo Blanc, Valencia 2011